

# تنشيط السياحة

## الأمل المرتجى



أ.د/ عبد الفتاح مصطفى غنيمه      لواء/ حازم أبوشليب

د/ أحمد مصطفى



# التشيط السياحي

## الأمل المرتجى

لواء / حازم أبو شليب

أ.د. عبد الفتاح غنيمه

د. أحمد مصطفى





## الإهداء

نهدي هذا الكتاب لمن عباهم الإمام الشافعي في ديوانه سواء كان ذلك مدحاً أو نقداً - وقد اخترنا هذه الأبيات من الديوان لبث الأخلاق والحكمة ناظرين في ذلك إلى قول الرسول الكريم ﷺ "إن من الشعر لحكمة".

ونسأل الله ونحن نهدي هذا الكتاب لكل طالب معرفة أن يتقبل الله منا عملنا هذا وإن يجعله خالصاً لوجهه الكريم وإن ينفع به وأن يغفر لنا القارئ ما فيه من سهو أو تقصير .

صبراً جميلاً ما أقرب الفرجا  
مَنْ رَأَى اللَّهَ فِي الْأُمُورِ نَجَا  
مَنْ صَدَّقَ اللَّهَ لَمْ يَلُكْ لَذَى  
وَمَنْ رَجَاهُ يَكُونُ حَيْثُ رَجَا

يُرِيدُ الْمَرْءُ أَنْ يَغْطِيَ مَنَاءً  
وَيَقُولُ الْمَرْءُ: فَإِنِّي وَمَالِي  
وَيَقُولُ الْبَرُّ: فَإِنِّي وَمَالِي  
وَيَقُولُ الْفَاسِقُ: فَإِنِّي وَمَالِي

إِذَا أَصْبَحْتُ عِنْدِي قُوتٌ يَوْمِي  
وَلَا تَخْطِرُ هُمُومٌ عِدِّي بِرَالِي  
فَلْيَنْزِلْ لِي رِزْقٌ جَدِيدٌ  
أَنْتَ لَمْ يَنْزِلْ لِي رِزْقٌ جَدِيدٌ  
فَلْيَنْزِلْ لِي رِزْقٌ جَدِيدٌ  
أَنْتَ لَمْ يَنْزِلْ لِي رِزْقٌ جَدِيدٌ

مَنْ طَلَبَ الْعِلْمَ لِلْمَعَادِ  
فَلْيَلْ حُسْبَاناً لِبَالِيهِ  
مَنْ طَلَبَ الْعِلْمَ لِلْمَعَادِ  
فَلْيَلْ حُسْبَاناً لِبَالِيهِ

إِذَا كُنْتَ لَا تَدْرِي وَلَا أُنْتَ بِالَّذِي  
وَلَوْ كُنْتَ تَدْرِي أَوْ تَدْرِي لَمْ تَكُنْ  
جَاهِلٌ وَلَمْ تَعْلَمْ بِأَنَّكَ جَاهِلٌ  
تَسْأَلُ مَنْ يَدْرِي فَكَيْفَ إِذَنْ تَدْرِي؟  
تُخَالِفُ مَنْ يَدْرِي عَلَى عِلْمٍ مَا يَدْرِي  
فَمَنْ لِي بِمَنْ يَدْرِي بِأَنَّكَ لَا تَدْرِي؟

الْعِلْمُ مَغْرَسٌ كُلُّ فَخْرٍ فَالْفَخْرُ  
وَأَعْلَمُ بِأَنَّ الْعِلْمَ لَيْسَ يَنْقَالُهُ  
إِلَّا أَخُو الْعِلْمِ الَّذِي يُعْتَبَى بِهِ  
فَأَجْعَلْ لِنَفْسِكَ مِنْهُ حِطًّا وَاقْرَأْ  
فَأَقِلْ يَوْمًا إِنْ حَضَرَتْ بِمَجْلِسٍ

وَأَخَذَ يَقُولُكَ فَخْرُ ذَلِكَ الْمَغْرَسِ  
مَنْ هُمَّةٌ فِي مَطْعَمٍ أَوْ مَلْبَسٍ  
فِي خَالَتَيْهِ عَارِيًّا أَوْ مَكْتَسِمِي  
وَأَهْجُرْ لَهُ طُوبَى الرَّقَادِ وَعَبَسَ  
كَتَتَ الرَّيْئِيسِ وَفَخَّرَ ذَلِكَ الْمَجْلِسِ

وَلَا تُعْطِيقَنَّ الرَّأْيَ مَنْ لَا يُرِيدُهُ

فَلَا أَنْتَ مَحْمُودٌ وَلَا الرَّأْيُ نَافِعَةٌ

عِلْمِي مَعِي حَيْثُمَا يُمْنْتُ يُتَبَعُنِي  
إِنْ كُنْتُ فِي الْبَيْتِ كَانَ الْعِلْمُ مَعِي

قَلْبِي وَعَاءٌ لِي لَا بَطْنُ صَنْدُوقٍ  
أَوْ كُنْتُ فِي السُّوقِ كَانَ الْعِلْمُ فِي السُّوقِ

مَا أَحْكَمَ جِلْدَكَ مِثْلُ ظَفَرِكَ  
وَإِذَا قَامَتِ لِحَاجَتِي

فَقَوْلٌ أَنْتَ جَمِيعُ أَمْرِكَ  
فَأَقْصِدْ لِمُتَعَرِّفٍ بِقَدْرِكَ

تَعْلَمُ فَلَيْسَ الْمَرْءُ يُولَدُ عَالِمًا  
وَلِنْ كَيْبَرِ الْقَوْمِ لَا عِلْمٌ عِنْدَهُ  
وَلِنْ صَغِيرِ الْقَوْمِ إِنْ كَانَ عَالِمًا

وَلَيْسَ أَخُو عِلْمٍ كَمَنْ هُوَ جَاهِلٌ  
صَغِيرٌ إِذَا تَلَقَّتْ عَلَيْهِ الْجَاهِلُ  
كَبِيرٌ إِذَا رَدَّتْ إِلَيْهِ الْمَحَاقِلُ

قَالُوا: مَكَتٌ وَكَذْ خُوصِيَتْ ، قُلْتُ لَهُمْ:  
وَالصُّنْتُ عَنْ جَاهِلٍ أَوْ أَخْوَى شَرَفَ  
أَمَا تَرَى الْأَسَدَ تَخْشَى وَهِيَ صَالِمَةٌ

إِنَّ الْجَوَابَ لِبَابِ الشَّرِّ مِفْتَاحٌ  
وَفِيهِ - أَيْضًا - لِصَوْنِ الْعَرِضِ إِصْلَاحٌ  
وَالْكَلْبُ يُخْصَا - لَعْمُزِي - وَهُوَ نَبَاحٌ؟

تَمُوتُ الْأَسَدُ فِي الْغَابَاتِ جُوعًا  
وَعَبْدٌ قَدْ يَسَامُ عَلَى حَرِيرٍ

وَلَحْمُ الضَّانِ تَأْكُلُهُ الْكِلَابُ  
وَنُوسَبُ مَقَارِشُهُ التُّرَابُ

الذُّهْرُ يَوْمَانِ : ذَا أَمِنْ وَذَا خَطَرَ  
أَمَا تَرَى الْبَحْرَ تَعْلُو فَوْقَهُ جَيْفٌ  
وَفِي السَّمَاءِ نُجُومٌ لَا عِدَادَ لَهَا

وَالْعَيْشُ عَيْشَانِ : ذَا صَفَوْ وَذَا كَسَرُ  
وَتَسْتَقِرُّ بِالْقَمَى قَاعِيهِ الشَّرَرُ؟  
وَلَيْسَ يُكْمِفُ إِلَّا الشَّمْسُ وَالْقَمَرُ

وَمَنْزِلَةُ السَّفِيهِ مِنَ الْفَقِيهِ  
فَهَذَا زَاهِدٌ فِي عِلْمٍ هَذَا  
إِذَا غَلَبَ الشُّقَاءُ عَلَى سَفِيهِ

كَمَنْزِلَةِ الْفَقِيهِ مِنَ السَّفِيهِ  
وَهَذَا فِيهِ أَزْهَدُ مِنْهُ فِيهِ  
تَتَطَّعُ فِي مُخَالَفَةِ الْفَقِيهِ

أَضْرِبْ عَنِ الْجَاهِلِ السَّفِيهِ  
مَا ضَرَّ بَخْرَ الْفِرَاتِ يَوْمًا

فَكُلُّ مَا قَالَ فَهُوَ فِيهِ  
أَنْ خَاضَ بَعْضُ الْكِلَابِ فِيهِ



## شكر وتقدير

يسعدني أن أقدم للآسة / علاصالح خالص شكري وتقديري للجهد الذي بذلته في نسخ مسودات هذا الكتاب على الكمبيوتر ورغم سوء خطي إلا أن حسن خطي عوضني بكفاءتها في خروج هذا المؤلف في الصورة التي كنت أتمناها .

## فشكرا جزلا مرة أخرى



## تصدير

مع نهاية عام ٢٠٠٣ حررت مذكرة عرضتها على السيد محافظ الإسكندرية في هذا الوقت اللواء محمد عبد السلام المحجوب - وقد جاء بهذه المذكرة ما يلي انه من ضمن الاهتمامات الأساسية للهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة وفقا لاختصاصاتها إصدار الكتب والكتيبات المطبوعات والنشرات السياحية والأثرية والخرائط والمنتجات وقد وقفنا الله في أن يكون لها إصدارات متميزة تنقسم بالمعلومات للصانقة والموتقة والطباعة الفاخرة والإخراج الأنيق - وقد أصبح ما يصدر عن الهيئة مؤدية لدورها للتنشيطي علامة بارزة وغطت هذه الإصدارات حاجة السياح للقائمين من الخارج وباللهجات المختلفة التي وصلت إلى عشرة لغات كما كان لهذه المطبوعات إسهام كبير في تعظيم الدعاية السياحية للإسكندرية بالنسبة للسياحة الداخلية خاصة بعد التطوير الذي شهدته المدينة .

ومن ضمن الإصدارات التي أصبحت حجر الزاوية لكل راغب في معرفة تاريخ المدينة وحضارتها ومستقبلها كتاب تاريخ الإسكندرية عبر العصور والذي قام بتأليفه عشرة من الأساتذة المبدعين من الطماء الأجلاء بجامعة الإسكندرية - وقد أعادت الهيئة طباعته في شكل جديد متطور يتفق مع عظمة هذه المدينة وجمالها وقد تم ترجمته إلى اللغتين الانجليزية والفرنسية .

أما روعة الإسكندرية زمانا ومكانا وإنسانا فقد سبق أن تضمنت بالمواقفة لهيئة على تسجيل هذه للروعة وصدر كتاب فاخر أصبح صورة مشرقة ومشرقة ونال الإعجاب الشديد من كل من قرأه أو تصفحه وأضحى عنوانا لروعة الطماء للإنسان السكندري في زمانه ومكانه .

وبالرغم من وجود العشرات بل المئات من الكتب والإصدارات السياحية المختلفة التي تهدف إلى بحث وتعريف السياحة طما وعلا ودراسة مضامينها وفروعها وتخصصاتها وهذه الإصدارات تنسب لصالقة الطماء والأكاديميين والباحثين في العلم والعمل السياحي - إلا انه وحتى الآن لم يصدر كتاب واحد عن التنشيط:

السياحي فلم يرد في كل هذه المؤلفات المتنوعة إلا سطورا قليلة تتحدث عن عملية التنشيط وهذه الصفحات والسطور القليلة لا تغني من جوع أو تشبع من ظمأ للراغب في الاستزادة من المعلومات لهذا الفرع الهام والمؤثر في عملية التنمية السياحية والذي نراه من وجهة نظرنا قمة للعمل السياحي أو هو التاج الذي يكال جبين النشاط السياحي بالفخر والفخر إن أثمر وأتى أكله - فالهدف النهائي لكل العاملين في هذه الصناعة هو تنشيط الحركة السياحية فكيف لا يكون لعملية التنشيط كتاب أو مرجع أو مؤلف يسترشد به العاملين في هذا القطاع ، ولكي يكون التعامل مع العملية التنشيطية بأسلوب علمي موثق ومستمرضا لكل المقومات السياحية وكيفية استغلالها ومسترشدا بما سبق أن تحقق سواء داخليا أو في الدول السياحية المتقدمة للخروج بالسياحة من حالة الاقتراب من الركود أو السير في فلكها إلى تنشيط وتنمية شاملة واسعة ليس للإسكندرية فقط بل لمصر كلها باعتبار أن نتائج التنشيط السياحي للدولة أصبح من أهم المراكز للدخل القومي وخاصة بالعملة الصعبة .

ومن هذا المنطلق فقد رأينا أن من واجبا أن نضع خبرتنا ونسجل لجيلنا وللأجيال القادمة حصيلة ما تعلمناه وما مارسناه وعملنا به في هذا المجال . وأن يشاركنا في هذا العمل عالمان جليلين هما الأستاذ الدكتور عبد الفتاح غنيمه الأستاذ الجامعي والمحاضر في معظم كليات السياحة والمعاهد العليا والعميد السابق والحاصل على الدكتوراه في التنمية السياحية وعضو المجالس القومية لشعبة السياحة واليونسكو ، والسيد الدكتور أحمد مصطفى الخبير السياحي المتميز الذي له خبرته العملية الطويلة في مجال التنشيط السياحي بمصر والإسكندرية فهو رئيس الهيئة الإقليمية الأسبق والمستشار السياحي للمصري بكل من فرنسا وإسبانيا ودول البينيلوكس لمدة عشرة سنوات والأستاذ غير المتفرغ بكلية السياحة والفنادق والمعاهد العليا .

وأملنا أن تتفضلوا بالموافقة للهيئة على أن تتولى إصدار هذا المؤلف لصالح التنشيط السياحي للإسكندرية بصفة خاصة ولمصر بصفة عامة - وهذا العمل العلمي يدخل في الاختصاص الأصول للهيئة بموجب لائحته . مع رجاء العلم بأن جهد الإعداد والتأليف هدية متواضعة من أشخاصهم المخلصة لمصر - حبا وعرفانا وشكرا لوطنهم العظيم ولمدنيتهم الحبيبة الإسكندرية .



وقد عرضت ما سبق على السيد محافظ الإسكندرية وقد كنا نعتقد أنه سيتم الاستجابة لهذه الرغبة فوراً إلا أن سيادته أرجأ موافقته لسبب لم نعلمه - ولكن أستاذي الدكتور عبد الفتاح غنيمه الذي كان متحمساً لهذه الفكرة ومشجعاً لها لم يترك فرصة للحديث معي إلا ويشجعتني على معلومة التفكير في تنفيذ ما رأيته منذ أربعة سنوات - ولأنه حدثت متغيرات وظيفية فقد توارت الفكرة مؤقتاً وعزز من دخولها دائرة الضوء الخافتة إني كنت استعين بزملاء لي في العمل في الطباعة على الكمبيوتر الذي لا أجيد التدفع للمطبعة كل ما أنتجناه وكانت الإصدارات تخرج متميزة ومشرقة .

ولأن الفكرة ظلت تلح علي بتشجيع من شركائي في الفكر ولأنه لم يكن يدر في ذهننا أي كسب مادي - ولأنه يكفيننا فخراً وشرفاً أن يصدر هذا المؤلف في صورة تفيد المطلع وتحوز رضاه . وقد عزز بجانب تشجيع زملائي في هذا المؤلف ما سبق وأن قرأته لاستاذنا سيد موسى لحد عملاقة العمل للتشيطي على مستوى مصر في مؤلفه كتابات سياحية - الجزء الأول - رجاله لهؤلاء الذين ترأسوا لجان تسيير المؤتمرات الكبرى - أن يسجلوا الجهد الذي بذلوه لتكون وثائق لمن يريد الرجوع إليها من الأجيال التالية .

وما نحن نلبي رجاء أستاذنا سيد موسى ونسجل ما لدينا من علم وما مارسناه من عمل وما شاهدناه من طرق للتشيط لكي يكون تحت بصر ونظر كل من يعمل في هذا المجال وكل مهتم بالسياحة ، ولأن إصدار كتاب هو نتيجة لحصيلة العلم والتعلم مع تراكم المعلومات وتبادل الخبرات وفق منهج علمي سليم مع الاجتهاد في الحصول عليها .

والله اعلم

لواء

سازم (أبو شبيب)



## تقديم

إن ما نكتبه في هذا الكتاب عن التنشيط السياحي ليس إلا محطة صغيرة نجتازها في أثناء السفر في هذا الطريق الطويل الذي بدأناه منذ أكثر من عقدين من الزمان وينبغي ألا يقف من يأتي بعدنا عند هذه المحطة وعليه أن يستشرف المستقبل ويركز البصر والبصيرة ليصل إلى المحطة المراد بلوغها ، فكل محطة مهما طال الوقوف بها ما هي إلا بداية لطريق طويل يقطعه من يظل يهتم بهذا الموضوع ، وعليه أن يسير فيه وأن يسبر غوره وأن يظل متابعا للمستجدات والمبتكرات - كما أنه يجب علينا أن نسجل ما نلناه من جهد لكسي يكون دليلا مرشدا لمن يتبعنا للمسير في خطى سبقتها خطوات والاستفادة من التجارب للأخذ بايجابياتها والبعد عن سلبياتها فعملية التنشيط عملية اجتماعية واعية ويجب أن تكون مستمرة ومتجددة ومن خلال نظرة اقتصادية يساهم فيها قطاعات المجتمع المختلفة سواء كانت أكاديمية أو تنفيذية أو حتى شعبية ولذات التنشيط السياحي متعددة وتتوزع آلياته مثلما تتعدد أبعاد هذه العملية وتتسع أفاقها ولكن الغايات المنشودة والأهداف المبتغاة واحدة وتتكامل وتبسط بداهة لكل العناصر كالانتمية أو التسويق وحتى الدعاية والإعلان فجميعها لها هدف واحد وهي الارتقاء بهذا النشاط وتحقيق اكبر فائدة تعود على المجتمع وعلى الوطن بأكمله .

لقد شق علينا أمر هذا الكتاب لقلة الكتابات الأكاديمية من أساتذتنا في هذا الموضوع ولكنه وفي نفس الوقت شاقنا أن نسجل تجاربنا وتجارب الآخرين وقد اجتهدنا قدر جهدنا وكان رائدنا فيما عكفنا عليه التتاع راسخ بما ذهب إليه شمس الدين البابلي حيث يقول : ((لا يؤلف احد كتاب إلا في احد اصنام سبعة ولا يمكن التأليف في غيرها :

« إما أن يؤلف في شيء لم يسبق إليه يخترعه .

« أو شيء ناقص يتممه .

« أو شيء مستغلق يشرحه .

﴿ أو طويل يختصره دون أن يخل بشيء في معانيه .

﴿ أو شيء مختلط يرتبه .

﴿ أو شيء أخطأ فيه مصنفه يبينه .

﴿ أو شيء مفرق بجمعه )) .

فإن كنا قد أصبنا شيئاً من النجاح والتوفيق فيما عمدنا إليه فهذا فضل من الله ونعمه - أما ما شابه من هذات أو ثورات فهي مني وحدي وتقع على عاتقي وعزري أنه ما من باحث يندب نفسه لدراسة قضية ما ويكف الحديث عنها ذات يوم إلا ردد ما قاله (العماد الأصفهاني) من قبل :

((إني رأيت أنه لا يكتب أحد كتاباً في يومه إلا قال في غده لو غير هذا لكان أحسن ولو زيد هذا لكان يستحسن ولو قدم هذا لكان أفضل ولو ترك هذا لكان أجمل وهذا من أعظم العبر وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر .. فالكمال لله وحده والمرء جهد المقل إن أخطأ بقي له شرف المحاولة وإن أصاب كناه اجر المجتهد)) .

ويكفيانا أننا نحاول أن نمد المكتبة المسيحية بهذا المؤلف وأن نملأ فراغاً وجباً علينا ملؤه .. شكراً لله سبحانه وتعالى الذي بنعمته تتم الصالحات وبحول الله وقوته نأمل أن نحقق ما أردناه لصالح المسيحية .

والله ولي التوفيق وعليه قصد السبيل ”

## مقدمة

قبل أن نبدأ الحديث عن موضوع هذا الكتاب التنشيط السياحي لابد أن نحيط القارئ علما بنقطة عن السياحة في إطلاقة سريعة على نشأة السياحة .

### إطلاقة سريعة على نشأة السياحة

كان الإنسان ينتقل من مكان إلى مكان سعيا وراء مأكله ومشربه له ولدايته وأغنامه ، فكان ينتقل من المكان القحل إلى المكان للخصب وكان يختار الأماكن المنيعة لملكه، حتى يأمن هجمات الوحوش - وكان يقطع المسافات الطويلة ليصل إلى موارد المياه للشرب أو لأماكن الصيد - ولم يكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوى السير على الأقدام بكل ما فيه من قسوة ومشاق ومخاطر، فإذا اعترض الإنسان نهرا أو بحيرة أو بحرا لم يكن أمامه سوى جنوح النخيل والأشجار يركبها ويدفعها مع التيار، وكان يحلو للإنسان أحيانا أن ينتقل لاستكشاف الأرض التي تحيط به.

ولم يكن عنصر الوقت يدخل في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن - وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء ، في الطعام والملبس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق - بل كان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل.

ولم تكن هناك طرق معينة يخترقها المسافر سيرا على الأقدام أو على ظهر دابته ، فكان يخترق السهول والوديان ويعتلي قمم الجبال للوصول إلى غايته - كان الإنسان ينتقل على سجيته لا تحده حدود أو توقعه قيود وكانت جميع أهدافه فردية ، وليس في حيازته من وسائل السفر سوى قوته الجسمانية أو دابته ، ولم يكن مقيدا بوقت ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو دراسة. ولم يفكر أحد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع ، وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ، ولم يظهر لها أي تعريف في هذا العصر سوى أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان تهدف إلى إشباع رغباته واستيفاء

وكلمة السباحة في اللغة العربية تعني - كما يقول علماء اللغة - انسياب الماء وانطلاقه علي موجب طبيعته ثم توسع في الدلالة فأصبحت تعني الضرب في الأرض والسعي في منكبها.

قال الله تعالى في سورة النكوت ﴿ قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله علي كل شيء قدير ﴾ . صدق الله العظيم.

وقال تعالى في سورة الملك ﴿ هو الذي جعل لكم الأرض نكولا فامشوا في منكبها واكلوا من رزقه وإليه النشور ﴾ صدق الله العظيم.

إن تاريخ البشرية يسجل أن من أوائل المهن التي اهتمها الإنسان كانت حرفتا الصيد والرعي وكلتاهما مما يعتمد في الدرجة الأولى علي الانتقال من مكان إلي آخر - وان التقل في هذه الحالة كان تأكيدا لسعي الإنسان وراء الرزق الأوفر الذي يتوافر عادة مع المناخ الأنسب.

ويسجل تاريخ البشرية أيضا أن للتجمعات البشرية التي نشأت وتجاوزت فيما بينها ، لم تلبث أن وجدت حاجة لإقامة علاقات وإجراء مبادلات كانت تحتاج بالضرورة للتقلات فيما بين هذه التجمعات ، وقد أسفرت هذه العلاقات والمبادلات عن انماجات واتساع رقعة وعدد سكان كل تجمع ، وتلكي هذه الانماجات اتجاهات وحدوية ، أسفرت في النهاية عن نشوء دول بالمفهوم الذي تستخدم به هذه الكلمة الآن ، ولعل من أول الدول التي نشأت في العالم نتيجة الانماجات والوحدة كانت مصر ، التي وحدها مينا منذ آلاف المنين قبل الميلاد . ويروي لنا تاريخ البشرية العديد من الأسباب أو ما نسميه حاليا بالدوافع وراء الانتقال - فمن البدليات الأولى كان طلب العلم علي سبيل المثال من أبرز دوافع الانتقال وهو ما نراه قائما حتى الآن.

ونجد أن اليونانيين الأكمن كانوا يفتون للدراسة واكتساب العلم في

المراكز العلمية في مصر، وخاصة مكتبة الإسكندرية- كما كان الرومان يدرسون  
لدى اليونانيون.

وخلاصة القول أن السياحة - علي نحو ما تعني هذه الكلمة الآن نوعية  
متخصصة من ممارسة فطرية للإنسان تنفيذا لتكليف إلهي له بالسعي في الأرض  
التي خلقها الله ليستخلفه فيها، وليتولي مسئولية عمارتها ، وإن هذا التكليف  
الإلهي بالسعي في الأرض وعمارتها هو المسئول عن تسلسل حلقات حضارتها  
إلى أن يرث الله الأرض وما عليها.

وكذلك كان الإنسان ينتقل في رحلة الحج ، وهي رحلة نجد جنورها في  
كل الأديان السماوية - وكانت تستغرق في الماضي وقتا طويلا قد يمتد إلى شهور  
- وبداية أنه خلال هذه المدة كان يتوقف في نقاط معينة - أصبحت بمرور الوقت  
متكررة ، وأصبحت تمثل مراكز تجمع ونقاط توقف اعتيادية رغم أنه لا صلة لها  
بالشعائر الدينية وليست جزءا من الأراضي المقدسة . ولعل هذه المراكز والنقاط  
هي أول مراكز سياحية يمكن أن نطلق عليها Resort centers يكون التوقف فيها  
للراحة والترويح واستعادة اللياقة البدنية.

إلا أننا إذا انتقلنا من هذا العهد البعيد والعصر المسحوق نجد أن كلمة  
السياحة بمفهومها الحالي ، بدأت في الإسكندرية ، فقد وضع الإسكندر الأكبر حجر  
الأساس لمدينة الإسكندرية عام ٣٣١ ق.م ولم يمض له إلا بضع سنين حتى أصبحت  
من بعده بطليموس الأول، وجعلها عروس البحر المتوسط وزينة الدنيا من حيث  
المباني ، كما أصبحت قبلة العالم من حيث العلوم والمعارف في عصر بطليموس  
الأول وفي عصر خلفائه . وقد تميزت الإسكندرية عن سائر بلاد مصر حتى  
أصبحت تعرف باسم المدينة - وفي عهد الفراعنة كانت مدينة طيبة تعرف باسم "   
نور" أي المدينة . أما في العصر الإسلامي فإن يثرب وهي مثنوى الرسول محمد ﷺ  
تعرف باسم المدينة المنورة . ولم يحل عام ٢٠٠ ق.م حتى أصبحت الإسكندرية  
أكبر مدينة في العالم المعروف ولم تنفك روما إلا فيما بعد حيث بلغ عدد سكانها ما  
يقرب من مليون نسمة.





## **الفصل الأول**

### **مراحل التطور التاريخي للسياسة**



## الفصل الأول

### مراحل التطور التاريخي للمسيحية

مع التطور الدائم لحياة الإنسان واحتياجاته اضطر إلى السعي لإيجاد صلات بين تجمعاته وتجمعات غيره من بني الإنسان سعيا وراء استكمال ما ينقصه وتصريف ما يزيد عن حاجته ونتج عن هذه الاتصالات اكتسابه لمعارف جديدة وتأثر تأثيرا بما حول الإنسان فلكتب معارف جديدة واكسب غيره معرفه وطور نظم معاشه لتحقيق له أكبر قدر من المرونة في تعامله مع غيره وبذلك اتسمت هذه الاتصالات منذ بدايتها ومع تطورها بطابع اقتصادي ثقافي اجتماعي وسياسي .

وفي مسيرة الإنسان الطويلة أدرك الكثير من التطور والترقي ، ونشأت له احتياجات جديدة وأصبحت كماليات أمسه ضروريات يومه ، ويزداد أعبائه واتساع أفقه وتقدمه العلمي والحضاري وبالتالي اختلاف نظرته لكثير من نواحي الحياة ، بدأ يسعى وراء المتعة والترفيه والراحة ويرغب في مشاهدة الكثير من معالم الدنيا التي يحوش فيها والاحتكاك بغيره من سكانها للتعرف علي ما أنجزوه وما هم به قائمون وكيف يفكرون ويحبون ، ورأته في ذلك الاستمتاع والتخفيف والمعرفة بغض النظر عن الكسب للمادي الذي كان رائده أساسا في الماضي .

ويبدأ الإنسان - إلى جانب هذا ويخالفه - يسعى لتجنب ما كانت تفرضه عليه بيئته قديما دون أن تكون لديه الفرصة أو الإمكانيات لتجنبه ومن ذلك عوامل الجو - علي سبيل المثال - فأصبح الإنسان قادرا علي تجنب البرودة إذا اشتكت أو الحر إذا قسي حتى كان له في وقت من الأوقات مواسم تكاد تكون محددة السفر شتاء إلى حيث الدفء والسفر صيفا إلى حيث الماء والهواء والمرتفعات .

وبذلك يمكن القول بأن ظاهرة انتقال الإنسان التي بدأت أصلا لتحقيق شئون معاشه اليومية للمادية قد تحولت - علي مر الزمن وتطوره - إلى ظاهرة اجتماعية ثقافية وبعد أن كان رائدها تحقيق الكسب والمنفعة أصبح رائدها المتعة النفسية والذهنية والاستفادة الثقافية ويستبعد عنصر الريح والاستفادة المادية

أصبحت عملية الانتقالات هذه السباحة بمعناها الحديث المتعارف عليه.

علي إنه إذا كانت السباحة قد استقرت هذه الحقبة الطويلة من تاريخ الإنسان لتتسلخ من عملية الانتقالات وتتفرد بسمات خاصة بها فإنها قد عاشت تطورها الرابع - شأنها في ذلك شأن الكثير من أوجه النشاط البشري الأخرى - بعد الحرب العالمية الثانية التي يمكن القول أن ما أنجزته البشرية في السنوات التي تلتها يكاد يضارع أن لم يكن أكثر كل ما أنجزته قبلها ومنذ بداية التاريخ البشري.

لقد عاش العالم ، وما زال ، بعد الحرب العالمية الثانية سنين عظيمة من التطور العلمي والثقافي والاجتماعي والسياسي انعكست آثاره علي نواحي الحياة وكان لابد بالضرورة أن تنعكس علي السباحة.

وأول ما يتسم به العالم بعد الحرب العالمية الثانية أنه عالم ألغيت فيه المسافات أو كانت تلغى ، فمع التقدم الهائل في وسائل النقل لم يعد السفر من طرف من أطراف الأرض إلي طرف آخر يمثل مشكلة تستدعي التفكير - ولو البسيط - كما لم تعد هناك مناطق يتعذر الوصول إليها وأصبحت وسائل المواصلات تتميز بالوفرة والتنوع والسعة والراحة وبذلك أصبح من الممكن نقل أكبر عدد ممكن من الناس في أقصر وقت ممكن إلي أيدي مكان.

واتسم عالم ما بعد الحرب العالمية الثانية كذلك بموجة هائلة من الفكر الإنساني في جميع المجالات ، ساعد علي سرعة انتشارها وسهولة نقلها وتبادلها تنوع وسائل هذا النقل والتبادل سواء كانت هذه الأفكار مكتوبة في الجرائد والمجلات والكتب أو مرئية في الأفلام والإرسال التلفزيوني أو مسموعة في الإذاعات والتسجيلات ، ونتج عن ذلك أن أصبح الإنسان يتعرف علي فكر غيره واتجاهاته وميوله في نفس اللحظة التي تخرج فيها الأفكار إلي الوجود.

وكانت سني ما بعد الحرب العالمية الثانية هي سنوات التطور السياسي والاجتماعي لكثير من البلاد حتى أن خريطة العالم في وقتنا هذا تختلف اختلافا

تاما عن خريطة العالم فيما سبق الحرب العالمية الثانية ، فقد ظهرت نظم سياسية جديدة وتداعت نظم أخرى كلفت وما زالت - قبل الحرب - في طور التجربة وتداعت نظم قديمة كلفت يظن أنها ثابتة لا تتزعزع واستقلت دول أسيا وأفريقيا وتغيرت الأسس القديمة للعلاقات بين الدول فتقلصت سيطرة الدول الكبيرة علي الدول الصغيرة ونحسر الاستعمار وما كان يصحبه من استغلال اقتصادي يعود بالغنم كله للدول المحتلة القوية ويترك أبناء المستعمرات في عيشة تجعل بالكاد إلي حد الكفاف - وبهذا بدأت شعوب كثيرة تمارس حقها في الحياة وتسهم مساهمة إيجابية في تقدم الجنس البشري وتفتحت آفاق جديدة وأعيد توزيع الثروات بين الشعوب بعضها والبعض وبين أفراد هذه الشعوب نفسها.

وكان لهذه السمات الثلاث: سهولة الانتقال، ومسهولة تبادل الخبرات والتفاقات، والتطور الاجتماعي والسياسي والاقتصادي وظهور البلاد الحديثة، أثرها في حركة السياحة الدولية التي نشطت نشاطا فاق كل خيال وأصبحت أعدلها تقاس بالملايين وعائلها يحصب بالبلابين..

ومع هذا التغير الجديد الذي لمس كافة جوانب الحياة تغير مفهوم السياحة من حيث الهدف والأهمية والأثر اجتماعيا وثقافيا واقتصاديا وسياسيا. فقد اتسع نطاقها كنتيجة لسهولة وسائل الانتقال وتوافرها ولم يعد الإنسان يقتصر علي ما جاوره من البلدان حرصا علي الجهد والوقت وإنما أصبح يتطلع دائما إلي بلاد جديدة قد تكون - مع البعد - أكثر إغراء ومتعة.

ويتوفر إمكانيات الإطلاع علي النتائج الفكرية والفني للدول الأخرى والإحاطة بمعالمها زاد عدد البلاد التي تمثل مناطق جذب للساحين . وإلي جانب هذين العاملين أتاح تطور الحياة والإنسان النهوض بمستوي المعيشة وارتقاها وبذلك الجوانب الثلاثة : سهولة الانتقال ، وعنصر التشويق والدعاية المباشرة وغير المباشرة ، وتوفر إمكانيات السفر ، فسهلت السبيل أمام حركة سياحية دولية لا تعرف حدودا غير السماء.

ومع تضخم للحركة السياحية الدولية تفتحت آفاق جديدة في مجال العمل

علي توفير مقومات معينة ثبت بالتجربة والممارسة ضرورتها للحفاظ علي استمرار المد السياحي الدولي والتجديد الدائم لقيارها ، فسعت الدول إلي تحسين مستوي النقل والإقامة والترفيه والعمل علي كل ما يحتاج إليه السياح .وبذلك انتشعت الاستثمارات في هذه المجالات وزادت نسبة العمالة فيها وترتب علي ذلك أن ظهرت السياحة كعامل هام من عوامل الانتعاش الاقتصادي لكثير من الدول السياحية التي خرجت من غمار الحرب العالمية الثانية وهي شبه مقلصة ، وأمكنها أن تعيد بناءها الاقتصادي معتمدة أساسا علي دخلها من السياحة وحده.

ولن ننسي أن العالم - بكل القارات التي مرت به - في الحرب العالمية الثانية - يسعى إلي تحقيق سلام دائم يقوم علي التفاهم بين الشعوب والتعارف المباشر بين مواطني الدول المختلفة بل أصبح هذا التفاهم وذلك للتعارف أمرين حتميين بعد التوصل إلي الأسلحة النووية الحديثة شديدة الفتك التي أصبحت تهدد البشرية ذاتها وكل ما أنجزته في تاريخها الطويل ، وبذلك تكتسب السياحة أكثر ولكثر من أي وقت مضى سمعة فريدة باعتبارها سبيلاً للسلام في العالم .

ولعل هذا هو ما دعا الجمعية العامة للأمم المتحدة إلي أن تقرر في نوفمبر سنة ١٩٦٦ بناء علي توصية المجلس الاقتصادي والاجتماعي ، اعتبار عام ١٩٦٧ سنة للسياحة الدولية ولتخذت لها شعاراً ( السياحة سبيل السلام ) ..

ولدراسة مراحل التطور التاريخي للسياحة لا بد أن نعرض لهذه المراحل في تتابع زمني يبدأ من القديم وصولاً إلي الحديث ، وستكون هذه المراحل مقسمة إلي خمسة مراحل :

المرحلة الأولى : وتبدأ بالسفر في الحضارات القديمة .

المرحلة الثانية : السفر في العصور الوسطى .

المرحلة الثالثة : مرحلة عصر الآلة أو عصر سياحة الأغنياء .

المرحلة الرابعة : السياحة في العصر الحديث .

المرحلة الخامسة : السياحة في دول العالم في القرنين ١٩ ، ٢٠ م أو السياحة في

العصر المعاصر .

## المرحلة الأولى : السفر في الحضارات القديمة :

ارتبطت السيلحة بمعنى التنقل من بلد إلى بلد آخر لوجود الإنسان وتحركه منذ فجر التاريخ سعياً وراء الغذاء والموطن والبيئة الأفضل ، والتي تتوافر فيها سبل الحياة لكشف مجهول أو لتبادل السلع والمعرفة والتعاضد مع الجماعات البشرية الأخرى أو لإقامة علاقات النسب والمصاهرة والبيع والشراء مع الآخرين ، وكان الإنسان في تحركه مدركاً لملاح البيئة الطبيعية وتبليغها زماناً ومكاناً ، وكان يتجه دوماً إلى المناطق الأنسب مناخاً والأكثر دفئاً خلال الشتاء ، أو المعتدلة صيفاً ، ومن هنا عرف الرحلات الموسمية ، لذا يمكن القول أن تحركات الإنسان وسياحته خلال المراحل الأولى للبدائيات البشرية ارتبطت بأهداف إنسانية اجتماعية في المقام الأول ، وبأهداف اقتصادية وسياسية وثقافية في المقام الثاني وذلك لتحقيق مصالحه ومنافعه ، ومع التقدم الحضاري تزايدت أعداد البشر وتعددت الاحتياجات وسعى الإنسان إلى جانب المنافع المادية إلى تحقيق أهداف معنوية تحقق له الراحة النفسية والمتعة الذهنية والمعرفة الثقافية بأحوال الأكالييم والبلاد الأخرى ، مما جعل تنقله وسياحته تقترب من المفهوم الحديث للسياحة .

### أ- السفر في الحضارات المصرية والفينيقية واليونانية والرومانية :

يعتقد أن المصريين القدماء هم أول من فكر في تحديد الطرق وإصلاحها وتحسين خصائصها بهدف رفع كفاءتها في التنقل والحركة كما أنهم أمنوا الطرق التي تخترق الصحاري وتربط بلادهم ببعض الأكالييم المجاورة من غارات الأعداء ، ويمكن استقراء نشاط حركة السفر والترحال بين أكالييم مصر المختلفة من الرسوم الجدارية بالمعابد لتشكل أحد مظاهر الترويج والسياحة ... ويرجع ذلك إلى تعدد الأعياد والاحتفالات الدينية . حيث كانت البلاد تشهد خلالها حركة انتقال السكان صوب مراكز عمرانية محددة تقع على مجرى نهر النيل ، مثل عيد الحصاد وعيد للمشاعل ، وعيد تيخي ( السكر ) ، وعيد النيروز ( رأس السنة للبطية الآن ) ، وعيد الريح ( شم النسيم ) وعيد آمون ، وعيد تل بسطة ، وعيد إيزيس ، وعيد حتحور بتل القراعين ، كما كانت هناك بعض الأكالييم التي كان

يتجه إليها الأمراء والأعيان والعلامة بهدف سباحة الصيد للأسماء والطيور والجاموس والحيوانات العاشبة والكاسرة ، والتي كانت أكثر وفرة في المناطق الصحراوية ، ولم يقتصر ذلك علي مصر ، بل تجد الملوك قد قاموا بصيد الأسود من سوريا ، واتجهوا إلي النطاقيات المستنقعية لصيد التماسيح والثعابين ، وإلي الهوامش الصحراوية لصيد الغزلان والنعام والأرانب والماعز . ولهذه الرحلات صور كثيرة علي جدران المعابد تدل علي مدي حب المصريين لصيد البراري ، كما أن تعدد الآلهة والمعابد شكلت قبلة لقطاعات عديدة من السكان ... تتجه إليها للتعبد وتقديم القرابين وحضور الطقوس الدينية والجنائزية ، مما يشكل أولي الصور السياحية الدينية . وتمثلت السياحة الخارجية ( خارج حدود مصر ) في الرحلات البرية والبحرية إلي سوريا ولبنان وأراضي دجلة والفرات ( ما بين النهرين ) وإلي بلاد النوبة جنوب مصر ... كما شكلت مصر مزاراً وقبلة للسياح من الأقاليم الأجنبية لتقديم الهدايا إلي الفراعين - وتقديم القرابين لآلهة مصر في المعابد الذين امتد نفوذهم الديني إلي خارج الأقاليم ، ونظراً لوجود مراكز ثقافية وعلمية في مصر مثل مركز أونو ، كان تردد طلبة العلم في الهندسة والفلك والتنجيم .. ويحدثنا التاريخ عن زيارات هيروdot وطاليس وبروتا جوراس وفلاطون حيث اطلعوا علي البرديات المصرية وتعلموا علي أيدي كبار الكهان المعرفة العلمية في التعدين وصناعة الزجاج ، وغزل الكتان وصناعة التحنيط ، وأساليب البناء والتشييد ، والعلاج بالأعشاب الطبية ، ووسائل طب العظام والجراحة ، حيث شهرة الأطباء المصريين في مجالات العظام والعيون دعت الفراعين إلي إرسال الأطباء إلي ملوك البلاد الأجنبية لعلاجهم من الأمراض ، ولتضيق أواصر الصداقة والارتباط وجاء في ملحمتي الإلياذة والأوديسة لهوميروس أن الأطباء المصريين سبقوا بقية الشعوب في مجال الطب والعلاج . ولذلك كان تردد المرضى الأجانب لتلقي العلاج في داخل المعابد .. وتوجد الكثير من الصور الجدارية المحفورة علي حوائط المعابد ومقابر النبلاء في البر الغربي بالأقصر تشير إلي مجيء التجار الأجانب من سوريا والنوبة وكريت لزيارة مصر ، وتسويق المنتجات والسلع .



ويعد الفينيقيون من أشهر الشعوب القديمة التي أحببت الترحال بحثاً عن المعرفة والمكاسب المادية ، فقد كان البحر هو المخرج الوحيد لهم للسفر ، نظراً لاحتصار وطنهم بين ساحل البحر في الغرب والجبال المرتفعة في الشرق ، وكانت سفوح الجبال تزخر بالغابات الخشبية التي تبني منها السفن التي برعوا في صناعتها في صيدا وصور . فاستغلوا في ركوب البحر . وبلغ نشاطهم البحري ذروته خلال الفترة من القرن العاشر إلي منتصف الثامن قبل الميلاد ، فقد وصلوا إلي ايبيريا وبلاد الغال ( الهند ) وشواطئ إنجلترا وبحر ايجة وكريت ومالطة وكورسيكا وشمال أفريقيا ، حيث كانت التجارة بالنسبة لهم لها الأولوية ، وكانت الزراعة واجب العيد ، ويقال أنهم تولوا تجارة الكهرمان الذي كان يجلبه التجار الأوروبيون من شواطئ البحار ، وكذلك القصدير والذهب وغيره من الهدايا التي كانت تجلب للملك سليمان في القرن ١٠ ق . م وكانت الفينيقيين رحلاتهم مع مصر والبحر الأحمر والمحيط الهندي ، وقد أشار هيرودوت إلي رحلة قام بها الفينيقيون حول أفريقيا في عهد الملك تخالو ( ٦٠٠ ق . م ) من الشرق إلي الغرب وعادوا سالمين عن طريق أعمدة هرقل بعد ثلاث سنوات . ولم تتم رحلات مماثلة حتى أيام فاسكو دي جاما ( ١٤٦٩ - ١٥٢٤ ) .

وفي بلاد اليونان كانت تعد إليها الرحلات السياحية لاجتماعية من البلاد الأوروبية المجاورة إلي منطقة جبال الأوليمب Mount Olympus لمشاهدة الأكماب الأوليمبية التي بدئ في تنظيمها في القرن الثامن قبل الميلاد ، وكانوا ينتقلون بين الجزر باستخدام القوارب ، وعلي اليابس باستخدام البغال والعربات التي تجرها الثيران أو سيراً علي الأقدام ، وكانوا يتوقفون علي طول الطريق في حانات ونزل صغيرة كما كانوا ينتقلون إلي بعض مناطق العيون المائية بهدف الاستشفاء والعلاج ، كانت تقام الاحتفالات الدينية علي المسارح المنتشرة في مختلف مناطق بلاد اليونان ، والتي تدور حول عقيدة ديونيسوس Dionysos إله الحصاد والثمار والكروم والخمر ، وتتخللها مظاهر الإبتهاال والتضرع ، وتصور الاحتفالات للظواهر المتعاقبة التي تمر بشجر الكروم الذي يبدو قادماً للحياة في الشتاء ، ثم تعود إليه الحياة في الربيع ، ويمود المرح لتفتتح البراعم ، وتغطيها

نضرة الأورق ، ومع مجيء الصيف وحرارته تظهر الثمار التي تجمع وتعتبر وتمتلئ بها للخواري والدنان ، وكان المحتفلون يعبرون عن تصوراتهم بأشكال مختلفة من بينها الرقص والغناء والأنشيد والعروض الغنائية والإنشاد الجماعي ، وكان التردد علي المسارح يحقق للمتعة والترويح عن النفس ، ونظراً لكثرة الأجانب والمغتربين ، تم بناء فلاق ( نزل ) لزوار العاصمة أثينا خلال القرن الرابع قبل الميلاد .

كما تحدثت رحلات الليونانيون خارج وطنهم ومنهم إلي جنوب البلقان وجزر بحر إيجه وإلي أوروبا وأفريقيا وآسيا ( أقاليم العالم القديم ) ، ولعل من أشهر الرحلات التاريخية رحلة أبو التاريخ هيرودوت إلي جزر البحر المتوسط والسواحل الشمالية لأفريقيا حتى طنجة في المغرب وإلي آسيا وحتى إقليم الهند .

وتعد فترة النولة الرومانية أولى فترات الازدهار السياحي في العالم من حيث الحجم والمدى وتعدد الأغراض . ففي الفترات التالية للقرن السادس قبل الميلاد حدث تغيرات هائلة في العالم القديم ، فقد هدمت تقاليد قديمة ، وظهرت روح جديدة من الأخلاق وحب المعرفة ، وانتشرت القراءة والكتابة بين الطبقات الحاكمة والأقليات الثرية ، ولم يعد للحكام حراساً غيورين علي أسرار المعابد والكهنة ، وزاد الترحال والتنقل حيث أصبح النقل ليسر بالتجارة والخيول والعربات كما ظهرت العملات المعدنية التي سهلت من حركة التجارة وتبادل وانتقال السلع من مكان إلي آخر .

وعندما تولي فليب المقدوني عرش بلاده عام ٣٥٩ ق . م أخذ يطور مملكته ويوسع رقعتها ويستحدث أساليب القتال ومعداته ، إلي أن استطاع مد بلاده إلي اليونان بعد انتصاره في معركة خيرونيا عام ٣٣٨ ق . م . وبدأ يتأهب لغزو بلاد فارس وامتدت الإمبراطورية حتى الهند ، وتحدثت رحلات العسكريين إلي التركستان وسط آسيا وهي رحلات قسمت بالفضول وحب الاستطلاع وشجاعة القوار .. لأنها كانت منطقة مجهولة ، ويشير عدد كبير من المؤرخين أن الرومان هم أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل بعض أوقات الفراغ بالسفر

والتنقل والترحال من أجل المتعة وقضاء أوقات طيبة كما اهتم التجار وأصحاب المهن المختلفة وخاصة للعاملين في قطاع التعدين ، إذ اهتم الرومان باستغلال الموارد المعدنية لصناعة الأسلحة ، السيوف والدروع والخوذ والمجلات الحربية والمجانيق والمراكب الحربية ، وشكلت تحركات رجال الدولة والإدارة والبريد في المناطق المترامية الأطراف جانباً هاماً من إجمالي حركة السفر والانتقال على الطرق ، كما أن انتقال الجيوش المحاربة والمراقبة على حدود الأقاليم الواسعة ساهمت في حركة السفر لتأمين الأهداف الرئيسية .. هذا بالإضافة إلى السفر لمشاهدة المباريات الرياضية وخاصة المصارعة في المهرجانات السنوية التي اشتهرت بها الكثير من المدن والعواصم الرومانية ولاسيماً دول إيطاليا واتجهت رحلات الأغنياء من الرومان إلى خارج حدود إيطاليا وذلك لزيارة المعابد والأهرامات التي ذاعت شهرتها وبهرت الزائرين لها ....

وترجع زيادة الرحلات السياحية عند الرومان لأسباب التالية :

١ - ضخامة شبكة الطرق البرية التي غطت أقاليم الإمبراطورية الرومانية والتي بلغ طولها حوالي ٨٠ ألف كم تقريباً في عهد تاجان وكان يمكن باستخدامها الوصول من اسكتلندا إلى بيت المقدس .

« ومن هنا جاءت عبارة كل الطرق تؤدي إلى روما All roads leads to Rome ، خاصة وأنها كانت ممتدة ومرصوفة .

٢ - تعدد مراكز الراحة على الطريق وتوافر علملي الأمن والمرعة .

٣ - انتماش الأحوال الاقتصادية ..

٤ - تعدد العطلات ومواسم الأعياد .

ثم انهارت وتدهورت حركة السفر والسياحة في الدولة الرومانية خلال القرن الخامس الميلادي .

وكان استرابو Strabo ( ٦٤ ق م - ٢٠ م ) من الرحالة الرومان الممتازين الذين زاروا في رحلاتهم كثيراً من البلدان المأهولة عند بداية التاريخ الميلادي بهدف التعرف عليها ، كما زار ديودور الصقلي من القرن الأول للميلاد

كل الأماكن العظيمة الشأن في أوروبا والشرق ولاقي خلال رحلاته المتاعب والأحوال الجسام ، ونتيجة للرحلات الكثيرة وتجميع المعلومات عن أرجاء العالم المتسع للتعرف عليه ، كما أوضحت خريطة بطليموس ( ١٢٧ - ١٩٧ م ) أن الانتقال أصبح ميسراً وتحدثت أعراضه عندما بلغت الإمبراطورية الرومانية أوج عظمتها في القرن الثاني للميلاد . لذلك نجد الرومان مارسوا السفر بغرض النزهة والتمتع ، ومن الأمور العادية آنذاك سفر الأفراد بهدف التجارة و الجندية أو الإدارة ، ساعدهم على ذلك سهولة السفر باستخدام الجياد والعربات على مراحل ويمعدل ١٠٠ ميل في اليوم الواحد ... وارتحل الرومان لمشاهدة الآثار في أرجاء اليونان ومصر خاصة الأهرام وأبو الهول ... وكانت تمثل عجائب الدنيا القديمة .

كما ظهرت في هذه الفترة رحلات الاستشفاء والعلاج والترويح ، وانتشرت حمامات المياه المعدنية فيما بين جبال الفوج والبرانس ، وأصبح من المعتاد اتجاه الناس في الصيف إلى الشواطئ للسياحة والتمتع . وفي بداية الصراع على النفوذ في مصر في العهد البطلمي كانت أبو قير أحدي المناطق المشهورة باللهو لتمتع من يقصدها من أثرياء مصر والحكام والقادة بتناول الأسماك . وكانت حياة الرومان زخرة بظروف اللهو والترويح ، وتحدث لديهم المواسم والأعياد والأسواق . وهي مناسبات ... كان يجتمع لها الكثير من الناس من العامة ، وعلية القوم لمشاهدة الاحتفال والمسرحيات والمسابقات والمباريات الرياضية . وبلغ الرومان درجة كبيرة من الدقة في تنظيم أجازتهم التي بلغت ١٨٢ يوماً في السنة ، حيث كانوا يتجهون إلى الشواطئ والسواحل بالأسر ، إلى أن أصبحت نابولي مكان الترويح المفضل ، و انتشرت فيها القصور والمنازل الضخمة على طول الطرق المؤدية إليها ، وأيضاً الفيلات الصغيرة التي استخدمت كمحطات للراحة واتسم قضاء وقت الفراغ بالبذخ وخاصة من الصفوة الممتازة في المجتمع الروماني ، وبعد سقوط روما وتجر عوامل الانحلال .. أدت الظروف إلى اضمحلال السياحة ، وانتقلت السياحة إلى الدولة الإسلامية الناشئة .

## ب - السفر في الحضارة العربية الإسلامية : ...

تفرد الرحالة العرب خلال مرحلة العصور الوسطى بنشاط رحلاتهم العديدة إلى آسيا وأفريقيا ، واتسعت دائرة السفر والترحال بالبر والبحر منذ القرن الثامن الميلادي ومع فتوحات الدولة الإسلامية إلى الكثير من بلدان العالم - الهند وشمال أفريقيا وحتى حدود فرنسا - وإلى بلاد الصين وكوريا وبلاد الولا وق ( اليابان ) وبلغت الرحلات العربية إلى سيبيريا التي اسماها العرب بلاد الظلمة ، وقد أشار البيروني المتوفى عام ٤٤٠ هـ إلى روافد نهر ينيسي الذي يجري في غرب سيبيريا . وكانت بغداد في عهد الخلافة العباسية وقرطبة في الأندلس من أهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية . لذلك كانت قصورها وحدائقها ومنها من المزارات التي جذبت الأجانب ، كما أن رولها الاقتصادي واستقرارها السياسي واستتباب الأمن فيها كانت من العوامل التي ساعدت على رواج السياحة ونشاط الرحلات . وشكلت الرغبة في تعلم العلوم والآداب والفنون العربية التي كانت تمثل قمة المعرفة آنذاك قوى جذب طلاب العلم من كل أنحاء أوروبا وآسيا في حين كانت التجارة وحب الاستطلاع والكشف والمغامرة والبحث عن المجد والشهرة من دوافع الرحلات . للعربية لمدة ستة قرون حتى القرن ١٤ م . مما أثري المعرفة الجغرافية لدى العرب . وشكلت للكتابات الجغرافية عن العالم وسماه المناخية وموارده الاقتصادية الوثائق التاريخية لبديات السياحة كعلم ، وتتبع مراحل تطورها ...

## المرحلة الثانية - السفر في العصور الوسطى :

عندما انتقل العالم إلى العصور الوسطى في الفترة من القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر ، بقيت كلمة السياحة بمدلولها الحالي مجهولة لدى الشعوب واستمر السفر والانتقال بدائي كما كان في العصور الأولى مع تطور سيمير ، إلا أن وسائله وأدق دخل عليها بعض التطور فعرفت المراكب الشراعية وقام بعض المغامرون والمبتكشرون بأسفار طويلة في البحار واشتهرت في هذه الحقبة المدن البحرية الإيطالية ( جنوا وبيزا - والبندقية ) ، ومن أشهر هذه الرحلات التي قام

بها المستكشف الإيطالي " ماركو بولو " في القرن الثالث عشر (١٢٥٤) إلى الشرق الأوسط حيث وصل إلى قلب بلاد الصين بقصد الاتجار عن منغوليا ، وعاد عن طريق سومطرا البرتغالية كذلك رحلة " كريستوفر كولومبس " الذي اكتشف أمريكا في ١٤٩٢ لحساب أسبانيا .

وقد أدت هذه للرحلات خدمات جليلة للعلم عن طريق المعلومات التي قدمها هؤلاء المغامرون عن البلدان التي زاروها ، أما عن أهداف للسفر فندما نزلت الأديان السماوية كان الإنسان يقطع المسافات الشاسعة سيراً على الأقدام ليحج إلى الأماكن المقدسة تنفذه قوة الإيمان وثبات العقيدة لتجشم المعائب وركوب الأخطار وبذلك ظهر في الوجود الهدف الديني للسفر .

ومن الأماكن المقدسة التي يحج إليها المسلمون مكة المكرمة والمدينة المنورة ، وكان لمدينة بيت المقدس في نفوس المسيحيين مكانة خاصة إذ يعتقدون أن السيد المسيح قد قدمها بوجوده فيها ، كما أن مدينة القدس كانت تعتبر أيضاً من الأماكن المقدسة عند المسلمين حيث أسرى الله برسوله محمد صلى الله عليه وسلم ليلاً من المسجد الحرام إلى المسجد الأقصى ، ولم تكن المسيحية في أول عهدنا تلزم أتباعها بالحج إلى الأماكن المقدسة ولم تنص تعاليمها على ثواب معين لمن يقوم بالحج ، وكان الفرد يؤدي تلك الزيارة من تلقاء نفسه تكفيراً عن ذنوبه وخطاياهم ، ولكن بعد أن اعترفت روما بالدين المسيحي في القرن الرابع الميلادي أصبحت الزيارة جزءاً من شعائر الدين المسيحي أما الدين الإسلامي فعلى العكس من ذلك ونص صراحة منذ البداية على اعتبار الحج إلى مكة المكرمة أحد فروض الدين الخمسة الواجب على كل مسلم أدائها إذا استطاع إلى ذلك سبيلاً .

### المرحلة الثالثة — عصر الآلة أو عصر سياحة الأغنياء :

« ( ويسمى عصر سياحة الأغنياء أو عصر سياحة الطبقة الواحدة ) :

« يتميز هذا العصر بخصرين ملين هما :

أولاً : تطور الآلة وتقدم وسائل المواصلات حيث ظهرت البواخر والسيارات

والسكة الحديد والطائرات مما ساعد علي تطور السياحة تطوراً سريعاً وأوجد لها أهدافاً جديدة.

ثانياً : ظهور طبقة الأمراء والحكام ورجال الدين والأغنياء والإقطاعيين وقد كان لإمكانياتهم المالية الواسعة وعدم تقييدهم بمواعيد أو أجازات أكبر الأثر في تطور مفهوم السياحة وأهدافها وأبرز فوائدها وآثارها في التطور الاقتصادي للدول مما أدّى إلي تدخل الحكومات لتنظيمها وللنهوض بوسائلها ومقوماتها .

وقد تطورت فكرة الحج في هذه المرحلة فقد كانت الزيارة في المرحلة السابقة قاصرة علي الأماكن المقدسة وهي مكة المكرمة أو بيت المقدس تكفيراً عن الذنوب والخطايا بدافع من إيمان حقيقي ثم ظهرت طبقة الباباوات والملوك والأمراء وأفراد الطبقة للنobile والأغنياء بصفة عامة الذين أخذوا يهتمون إلي جانب القيام بشعائر الدين بتجهيل الرسل والقديسين والتبرك بزيارة القبور والحصول علي الغفران من رجال الكنيسة وينفقون في سبيل ذلك ثروات طائلة إما للتقرب إلي رجال الحكم من الكراولة أو للزهو والتفاخر ، وكان رجال الدين وكراولة كنيسة روما في القرن السابع عشر يساعدون علي ذلك بأجهزة الدعاية (البروياندا) التي نظموا للدعاية للمذهب الكاثوليكي ضد أعدائهم من رجال المذهب البروتستانتي . ولقد كان للتسامح الواضح الذي أبداه العرب الذين كانوا يسيطرون علي الأماكن المقدسة حيال الحجاج المسيحيين أثر كبير في المساعدة علي نشر حركة الحج والزيارة ولزيادة وعي الناس للإقدام علي السفر وذلك فقد تطور السفر بغرض الحج من السفر لزيارة الأماكن المقدسة إلي زيارة قبور الرسل والقديسين ومن هدف ديني بحث إلي العمل إلي التقرب للحكم وللتظاهر وبعد أن كان السفر سيراً علي الأقدام أو علي ظهور الدواب أو بالمركب الشراعية فقد أصبح في هذه المرحلة أكثر راحة وأمناً بعد اختراع البواخر والقطارات والسيارات .

وقد أثرت الحروب المتحدة التي وقعت في هذا العصر في أوروبا وأمريكا في تطور حركة السفر مما أدّى إلي تقدم وسائل المواصلات ، فظهر في هذه المرحلة القطار والبلخنة الآلية والسيارات التي ساعدت علي انتشار السفر

خصوصاً بين الطبقة الحاكمة المسيطرة من الملوك والأمراء ورجال المال والاقتصاد والإقطاعيون الذين يملكون من الإمكانيات والوقت ما يساعدهم علي السفر في أي ظروف وبأي وسيلة إلي أي مكان ولأي مدة يريدون .

وقد أدى هذا التطور الكبير في السفر وهذه الإمكانيات إلي ظهور الفنادق الكبرى التي تشبه القصور والتي تصلح لأن ينزل فيها هؤلاء الأثرياء ويجنون بها كل وسائل الراحة بصرف النظر عما ينفقوه في رحلاتهم وإقامتهم من ثروات ضخمة .

### ويتميز هذا العصر :

- ١ - آلة عدد المسافرين نسبياً .
- ٢ - كثرة إنفاق الفرد .
- ٣ - طول مدة الرحلة .
- ٤ - عدم التقيد برخص الأسعار سواء في وسائل السفر أو الإقامة أو المشتريات .

وكذلك خضعت السياحة في هذه المرحلة لتطور آخر صاحب التطور السياحي والاجتماعي في العالم ، فبعد أن كان الإنسان ينتقل وفق هواه لا تحده حدود ولا تقف في وجهه قيود انقسم العالم إلي دول ذات نظم سياسية واقتصادية واجتماعية وتعاليم دينية وتقاليد مختلفة فرضت علي القاطنين بالأمر فيها أن يضعوا قيوداً علي السفر لتحده من الهجرة وتنظم إقامة الأجانب وتكسبهم خارج بلادهم وتمنع التهرب ولتحدد أنواع المواطنين وصفاتهم فنشأت في هذه المرحلة جوازات السفر والتأشيرات إلي غير ذلك من القيود التي فرضتها المدينة علي السفر والسياحة .

ومن أهم للتطورات التي خضعت لها السياحة في هذه المرحلة شعور الدولة بأهمية السياحة من الوجهة الاقتصادية مما حدا بها إلي التدخل بسلطانها وتشريعاتها لتنظيم زيارة الأجانب وتقديم كافة الإمكانيات لراحتهم وانتقالهم وإقامتهم ومعتهم للإقامة مادياً من وراء زيارتهم .



## المرحلة الرابعة : السياحة في العصر الحديث :

تطورت أهمية السياحة في العصر الحديث فبعد أن كانت للدولة لا تهتم بالسفر ولا تتدخل في تنظيمه أو استغلاله لصالح المجموع أصبحت السياحة في كثير من الدول من دعائم الاقتصاد القومي وغدت مصدراً رئيسياً من مصادر الدخل وعنصراً هاماً من عناصر دعم ميزانية كثير من الدول وأصبح النقد الأجنبي الذي تدره السياحة على الدولة أهم ما يشغل بال رجال الاقتصاد الذين اعتبروا السائح بمثابة سلعة منتجة تسعى كل الدول للحصول عليها واجتذابها بكافة الوسائل - كما اعتبرت السياحة صناعة مستكملة لجميع مقوماتها - فالصناعة تقوم على ثلاثة عناصر هامة يجب توافرها وهي :

١ - المادة الخام .

٢ - رأس المال .

٣ - العمل .

وهذه العناصر الثلاثة متوفرة في السياحة الموجودة في مكان أو بلد سواء كانت هذه المقومات طبيعية أو من فعل الإنسان .

العنصر الأول : المادة الخام : فالجو والموقع الجغرافي ووسائل الانتقال والتاريخ القديم وأماكن الصيد والاستشفاء كل هذه تعتبر المادة الخام التي تقوم عليها السياحة والتي تخلق من مكان ما مركزاً سياحياً يقبل عليه للناس ويمكن للدولة الاستفادة منه .

العنصر الثاني : رأس المال : ويعتبر رأس المال عنصراً آخر متوفر في السياحة وهو عنصر ضروري يضاف إلى المادة الخام حتى تستكمل شكلها لجذب السياح وتحقيق الفائدة التي ترجوها الدولة منه ، فما من مشروع سياحي إلا ويحتاج لرأس مال ينفق منه حتى يصبح من مقومات السياحة ومرغبتها وحتى يجذب إليه أنظار السياح - فـرأس المال لازم للدعاية السياحية وفي المطبوعات السياحية، وفي إنشاء المراكز السياحية وفي تجهيل مناطق

الأثار وفي خلق مناطق سياحية جديدة وشق الطرق وبناء الفنادق والمطاعم والملاهي وفي إقامة الصناعات التتكرارية وفي تسيير كافة أسباب الراحة للساحين والقضاء على متاعبهم .

**العصر الثالث : العزل :** فهو ينصب على العاملين في قطاع السياحة سواء في أجهزة السياحة الرسمية أو مكاتب السياحة أو شركات النقل والفنادق ، وكل من يشترك بجهده في تحقيق استثمار عنصر رأس المال في السياحة .

## **المرحلة الخامسة : السياحة في دول العالم في القرنين ١٩ ، ٢٠ م والعصر الحديث :**

أسهم الرواج الاقتصادي الذي شهدته أوروبا خلال القرنين ١٩ ، ٢٠ م إلى ظهور الاهتمام بين الشعوب بالجوانب الحضارية ، وواكب ذلك تطور العلوم والفنون والثورة الصناعية والتكنولوجية ، وكلفت العطلات السنوية آخر المظاهر الاجتماعية الهامة للعصرية في أوروبا وأمريكا ، حيث هجرة ملايين الناس إلى السواحل وإلى الريف كل صيف لقضاء العطلة ، ربما ساعدهم على ذلك تعدد العطلات وطول العطلة السنوية ، مما أدى إلى ظهور تعبير السياحة Tourism بمعناها المعاصر ، وبالتالي بدئ في استخدام تعبير السياح Tourists للإشارة إلى المجموعات من البشر الذين يقومون برحلة من أجل المتعة والترويح ، ويمكن ذكر أهم سمات السياحة في القرنين ١٩ ، ٢٠ م في النقاط التالية :

١ - تبلور فكرة السفر من أجل المتعة أو للراحة ، سواء دخل الأقاليم وهي السفر لمسافات قصيرة نسبياً وتعرف بالسياحة القصيرة the Short Tour أو السفر لمسافات طويلة The Long Tour وإلى دول أو أقاليم أخرى وتعرف بالسياحة الكبرى The Grand Tour .

٢ - كانت السياحة في بدايتها للأغنياء والموسرين والأعيان لزيارة بيت المقدس ، أو لزيارة للكنائس والقدسين من أجل البركة والمغفرة ، أو إلى عيون المياه المعدنية للاستشفاء من أمراض الروماتيزم وتيبس المفاصل ، وكانت تكلفتها

عالية وتميزت بقلّة عدد الساتحين وطول فترة الرحلة وكثرة إنفاق الفرد مما جعلها تتميز بالاستقرار، ويشار إليها على أنها سيطرة للطبقة الغنية المتميزة ، وهذا هو البعد الأول للسياسة الحديثة ، وبعد تأسيس الشركات السياحية وظهور أساليب عصرية في التسويق السياحي للجماعات أصبحت التكلفة الحدية أقل كثيراً .

٣ - بعد الثورة الصناعية في أوروبا وظهور النظم السياسية المتعددة وما تمخض عنها من تغييرات اقتصادية واجتماعية ، وما كانت تتطلبه طبيعة الحياة الصناعية من جهد عضلي وعقلي طوال ساعات العمل المستمرة ، بالإضافة إلى ضغوط تحمل المسؤولية وتضعها ، وما صاحب الحياة الوظيفية من ضغوط نفسية وجسمية كثيرة ... ظهرت لدراسات التي تؤكد أهمية العطلات وتوفيرها . فهي التي تبعد العاملين عن ضغوط الحياة ومسئولياتها ، وأن للترويح والتسلية هما عناصر تجديد النشاط ... ولكب ذلك تحسن الأجور وتحديد ساعات العمل وتنظيم الأجازات ، ومن هنا تحقق المزيد من الاتجاهات السياحية في النصف الثاني من القرن ١٩ م .

٤ - بعد اختراع آلة الاحتراق الداخلي عام ١٨٨٥ م ، ومن ثم تطور صناعة السيارات والنقلات والشاحنات ، من العوامل التي أسهمت في تزايد حركة السياحة وتعدد محاورها ، خاصة بعد اهتمام كل دول العالم بإنشاء الطرق الأوتوموتراة واتساع شبكتها فمالك السيارة يكون أكثر رغبة في السفر والانتقال والسياحة خارج موطنه ، ويستعد استعداداً خاصاً للأجازات والعطلات الطويلة ... وانخفضت نسبياً تكاليف السفر والنقل والشحن بعد استخدام القطارات الحديدية التي بدأت عام ١٩٢٥ في إنجلترا بين بلنّي دارلجتون وستكنن ( ٦١ ك ) ثم انتشرت في كل دول أوروبا ... والولايات المتحدة ، مما أدّى إلى مشاركة متوسطي الدخل في الأنشطة السياحية الإقليمية صوب المنتجعات القريبة من المراكز الصناعية .

وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية وإعادة بناء أوروبا بدأت السياحة عسراً

جديداً هو عصر السياحة الجماعية المنظمة ذات التكلفة المقبولة لدى طبقات الشعب المختلفة فدخلت السياحة عصرأ ثانياً هو عصر السياحة الاجتماعية ، والتي اتسعت خلال الخمسينات والستينات والتي تميزت أيضاً بدخول دول ومناطق جديدة مجال المنافسة في اجتذاب السياح . حيث بدت فوائد اقتصادية واجتماعية وحضارية وإعلامية وسياسية وهذا هو البعد الثاني للسياحة الدولية . كما ظهرت أيضاً الفنادق الكبرى التي تتوافر فيها كل وسائل المعيشة والراحة في أوروبا وأمريكا ... مما ساعد معظم الأغنياء والموسرين بالإتفاق علي رحلاتهم .

### السياحة في العصر المعاصر :

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين ، وبعد استقرار الأوضاع السياسية والاقتصادية وازدياد اهتمام الإنسان بالعناصر بالجوانب الاجتماعية والنفسية ، في حياة قسمت بطابع السرعة والتغير الدائم وكثرة الإنتاج وازدياد ضغوط المنافسة والعمل والمستويات ، وتطبيق الأسلوب الآلي في مختلف قطاعات الإنتاج الرئيسية في ميداني الزراعة والصناعة ، مما أدى إلي ظهور أمراض العصر السوماتيكية Somatic Diseases وهي الأمراض النفسية المنشأ ، الجسدية ، المظهر ... وكلها تتصل بالجهاز العصبي والقلب واضطراب الدورة الدموية وانتشار السرطان ، وهي جوانب حتمت عليه ضرورة الاهتمام والبعد عن مشاكل الحياة وأمراضها .. وأحدثت في الفكر البشري تغيراً جذرياً في النظرة إلي السياحة مفهومها وأهدافها ، وأصبح من الضروريات في حياة الإنسان والجماعة البحث عن وسائل الاستجمام والاسترخاء والمتعة في كل أنحاء العالم ، وخاصة الأقاليم الجغرافية التي تتمتع بوسائل الجذب المناخي المعتدل والدافئ ، وأشعة الشمس ، والتنوع الحيوي في الحدائق والغابات والمنتزهات والمروج الطبيعية والمحميات .. وأصبح أيضاً من الضروريات أن يبحث الإنسان عن مكان الجمال والهدوء في الطبيعة ، علي قمم الجبال والسفوح الجليدية والسواحل البحرية والجزر الطبيعية والقرى والمنتجعات الساحلية التي تتميز بتعدد الأنشطة بين الاستجمام والتنزه وممارسة الرياضات ( السباحة ، الغطس ، الانزلاق ، التجديف

، المراكب الشراعية ) وهي كلها أمور تسهم بشكل ملحوظ في الحفاظ علي صحة الإنسان وتجديد حيويته وارتقاء نفسه ، إلي جانب إشباعها لرغبة الإنسان في المعرفة الجديدة والرؤية الشاملة .

ونتيجة للتطور الحادث في هذه الظاهرة الاجتماعية الهامة علي مستوي العالم وبلوغها ألقاً جديدة كما وكيفا أصبحت السياحة محور اهتمام كثير من الدول كقطاع إنتاجي ذي أولوية وتطورت العلوم السياحية بدخول المستحدثات من البحوث العلمية والتكنولوجية إلي مجال التطبيق السياحي سواء علي مستوي الإدارة أو التخطيط أو التنظيم أو التسويق السياحي وزاد الاهتمام بتطويرها وتنميتها كقطاع إنتاجي وخمفي في ذات الوقت ، وبدأ الاهتمام بالبيئة وزيادة الوعي ، وبالاهتمام بالمحميات الطبيعية والمتنزهات القومية ، وأصبحت السياحة تعبيراً عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعوب وللغضاء علي التلوث وأصبح لها أبعاداً تروحية وعمرانية وجمالية Esthetic ، ولها مختصين ذوي خبرة ، وذلك بسبب اهتمام الكثير من فروع العلم والمعرفة بها ، وأصبحت السبعينيات والثمانينيات عصر سياحة التنوع Diversification وهذا هو البعد الثالث ، وأصبح واجب كل دولة مستقبلية للسائح أن تحدد إطار نهضتها السياحية في صورة سياسة سياحية عامة ملازمة لكافة أجهزتها الرسمية وتتضمن تحديد الأهداف القومية للتنمية وأساليب تحقيقها .

### **أنماط السياحة وأشكالها وبيئاتها وأغراضها :**

عنيت المدرسة الأسبانية - علي ضوء نجاح السياحة الأسطوري فيها خلال بضعة الأعوام الأخيرة - بتقسيم السياحة إلي أنماط مختلفة طبقاً للمنطقة الجغرافية التي يقبل منها السائح

- ١ - والمنطقة التي يقصدها هذا السائح أو طبقاً لسمات الحركة السياحية .
- ٢ - صلتها بمدة إقامة السائح في البلاد المستقبلية له .
- ٣ - أو طبقاً لطبيعة الموسم السياحي وموقعه من فصول السنة المختلفة .
- ٤ - أو طبقاً للبيئات التي تنفع السائح إلي مغادرة بلده إلي بلد أخرى .

وأخيراً طبقاً للخصائص الاجتماعية - الاقتصادية التي يتميز بها الطلب السياحي، أي إقبال الطبقات الاجتماعية المختلفة علي السياحة وأثر العوامل الاقتصادية في هذا الطلب .

ومن الدراسات المركزة التي عنت بتصنيف هذه الأنماط الدراسة التي وضعها " جوثاليت ليبيرال " بوزارة السياحة الأسبانية عن المولع السياحية : تنمية الإمكانيات السياحية للمواقع وأتملطها وتصنيفها ، وتشريعاتها ، وتجهيزها ، واستثماراتها " .

والسياحة في نظر هذه المدرسة الأسبانية - هي في الواقع إنتاج اقتصادي ، لأنها تشبع للإنسان حاجات من المؤكد أنها من الحاجات الإنسانية الرفيعة ولذلك فإن سوقها تتأثر بتقلبات العرض والطلب إلا أنه من المسلم به بداهة أن السياحة - نظراً إلي طبيعتها الخاصة إنتاج مركب ، مزيج من عناصر مختلفة وتبعاً لذلك فإن سمات العرض والطلب الخاصة بهذا الإنتاج يجب هي الأخرى أن تكون مركبة ومزيجاً من عناصر مختلفة .

### الأنماط السياحية المختلفة عند المدرسة الأسبانية

#### ١. طبقاً للمنطقة الجغرافية التي يقبل منها السائح والمنطقة التي يقصدها

« السياح قد يسافرون إلي بلد أجنبية أو إلي منطقة في داخل حدود بلدهم ، ولذلك يمكن - في ضوء النظر إلي تنفق السياح لدخل حدود بلد ما - للتمييز بين :

« سياحة الاستضافة incoming tourism : وهي السياحة التي يقبل فيها السياح من بلاد أخرى تعد مواطنهم الأصلية وتستقبلهم بلد معينة .

« السياحة الخارجية out - going tourism : الخاصة بالسياح الذين يقيمون عادة في بلد معينة ويغادرونها فترة مؤقتة في بلد أخرى .

« السياحة الداخلية Internal tourism : في هذه الحالة يسافر مواطنو بلد معينة أحياناً لأغراض سياحية إلي أماكن أخرى داخل حدود بلدهم .

## ٢ - طبقاً لسمات الحركة السياحية وصلتها بمدة إقامة السائح

« أن السائح قد يطلب إما الإقامة في مكان معين لمدة طويلة أو التنقل باستمرار بين أماكن مختلفة وقضاء فترة قصيرة من الوقت في كل مكان منها ، ولذلك طبقاً للكيفية التي يقضي بها السائح وقته ، ويمارس بها سياحته ، يمكن التمييز بين :

« سياحة الإقامة **residential tourism** : وهي خاصة بالسائح الذين يقضون عطلة تزيد مدتها عن شهر يقضونها في مكان واحد معين ، وهذا النمط من السائح يتسمون بسمات واضحة ، هي أنهم عادة ممن اعتزلوا أعمالهم ويتقاضون معاشات عن مدة أعمالهم السابقة ، وهؤلاء السائح يميلون إلى اختيار الأماكن الأكثر هدوء والتي تمتاز بمناخ معتدل ، وهذا النمط من السياحة لا يقع عادة في الوقت الذي يسمى " الموسم الذروة " **Peak season** أي في الفترة التي يصل فيها الخط البياني للطلب السياحي إلى أقصاه بل يختارون فترة أخرى غير فترة هذا " الموسم الكبير " .

« السياحة الموسمية **seasonal tourism** : هي خاصة بالسائح الذين يقضون عطلة لا تتجاوز مدتها شهراً واحداً والذين يبقون في مكان واحد معين .

وفي ضوء هذا التعريف يتضح أن الفرق الوحيد بين السياحة الموسمية وسياحة الإقامة ينحصر في مدة العطلة ، مع ذلك فبالنسبة لنمط السياحة تبدو الفروق أكثر وضوحاً ، فالسياحة الموسمية في منطقة البحر المتوسط هي السياحة التقليدية التي تقع في " الموسم للذروة " وتكون النواة الرئيسية للطلب السياحي السنوي ، كما أن " نوعية " السائح بالنسبة للمن ، ومستوى الموارد المالية ، والأمزجة ... الخ تختلف في كل من النمطين اختلافاً كبيراً ، ومتشعباً .

« سياحة التنقل **roving tourism** : وهي خاصة بالسائح الذي ينتقل - طيلة المدة التي يقضيها - على التعاقب من مكان إلى آخر دون أن يمكث في كل منها أكثر من خمس ليال ، ومجرد هذا " التنقل " يكشف عن أن الباحث على السياحة يختلف عن البواعث على سياحة الإقامة ، أو السياحة الموسمية .

وإذا نحن حللنا " سياحة التنقل " تحليلاً تجريبياً ، أو إذا درسناها من وجهة نظر التوفيق بين العرض والطلب في صناعة السياحة لتبين لنا أن هذا الشكل من أشكال السياحة يناسبه موسم الربيع أو الخريف أكثر من موسمي الصيف والشتاء ، إذا كان الطلب عليها يقع رغم ذلك - في موسم الصيف ، فالسبب في ذلك يعود إلي أن العطلات السنوية إنما تمنح في هذا الفصل من فصول السنة - وبذلك لا يتمكن هواء سياحة التنقل من إشباع رغبتهم في غير هذا الفصل إلي جانب الصعوبات التي لا تزال قائمة في وجه السياحة بين نصفي الكرة الأرضية أو بين القارات المختلفة بصفة عامة .

## ٢- طبقاً لطبيعة الموسم السياحي .

إن العوامل التي تؤثر في التنفق السياحي هي العطلات السنوية . فمن المعروف أن هذه العطلات ، أو الأجازات في جميع البلاد تقع تقليدياً في الوقت نفسه أثناء شهور الصيف ، وبذلك تتسبب في خلق ما يسمى سياحياً " الموسم الذروة " ولكن التقدم الاقتصادي للشعوب مع رقي وتحسين طرق المواصلات أصبحها يسمحان بظهور تيارات سياحية أقل أهمية من التيارات التي تتدفق في أشهر الصيف التقليدية ولكن عددها يتزايد تدريجياً في أوقات أخرى من السنة غير أشهر الصيف وبخاصة إلي جانب بواعث سياحية أخرى ذات طابع رياضي تحدد السياحة في مواسم أخرى " كصيد الوحوش والطيور " وصيد الأسماك أو الرياضة الشتوية ، كالترحلق علي الجليد مثلاً ، وأخيراً فإن العرض السياحي يتحدد وفق بعض المناسبات ذات الطابع الديني ، كالحج إلي مكة والمدينة بالنسبة للمسلمين عامة ، أو زيارة كربلاء والنجف بالعراق بالنسبة لطوائف معينة من المسلمين الشيعة خاصة ، أو الاشتراك في مولد السيد البدوي أو السيدة زينب أو الحسين ، وغيرهم في مصر أو بعض المناسبات ذات الطابع الفني - كالمهرجانات الموسيقية أو السينمائية - أو المعارض الفنية - التي تخلق باعثاً علي السياحة في فترات تتحدد بالمواعيد المقررة لهذه المناسبات ، ولكن هذه المبررات يمكن وضع الفروق الآتية :



« السياحة الشتوية **winter tourism** : هي السياحة التي تقع بين ديسمبر ومارس ، وهي تشمل نوعين مختلفين كل الاختلاف من أنواع السياحة تبعاً للباحث علي كل منهما : سياحة الثلج ، وسياحة الشمس .

« السياحة الصيفية **summer tourism** : هي السياحة التي تقع أثناء أشهر الصيف ، والشمس هنا ترتبط بالسباحة والاستحمام في البحر كعامل أساسي ، وهذا النوع من السياحة تراوله جماعات كبيرة للعدد متنوعة المشارب ، ولذلك فإن متوسط " نوعية " السياح فيها أقل مستوي من متوسط نوعية السياح في باقي فصول السنة ، مع ذلك نظراً إلي ضخامة حجم السياح الذين يمارسون السياحة فإن نتائج صناعة السياحة إجمالاً تتوقف بصفة رئيسية علي هذه السياحة الصيفية .

« سياحة المناسبات **circumstantial tourism** : وهي السياحة التي تقوم علي الاحتفال بأعياد معينة ذات نمط خاص ، ذات طابع ديني ، أو فني أو رياضي أو فلكلوري ومن الواضح أن هذا النوع من السياحة يغلب أن يمارس في نطاق محلي ضيق .

#### ٤- طبقاً للبواعث .

من البديهي أن السياحة إنما تمارس بباعث وطبقاً لهذا الباحث يمكن التمييز بين الأشكال الآتية :

« السياحة الثقافية **cultural tourism** : وهي ذات طبيعة ذهنية علي الأخص فهي السياحة التي تنشأ معرفة أشياء جدد كما تنشأ الإطلاع علي تاريخهم وعاداتهم في نفس الإطار الحقيقي الذي يعيشون فيه .

« سياحة الاستجمام **tourism for leisure** : لا يقصد بالاستجمام هجر كل أنواع النشاط بل تعد ممارسة أنشطة معينة يختارها السائح تختلف عن الأنشطة التي اعتاد ممارستها في حياته اليومية ، فإن كل مناحية في حد ذاتها وبصفة عامة تعد سياحة استجمام ، ولكن سياحة الاستجمام هي السياحة التي

يلتمس السائح منها الراحة ، سواء عن طريق المكان الذي يوفر له هذه الراحة أو الظروف التي تحقق لجسمه راحته - ولذلك فقد تكون سياحة الاستجمام " سياحة إقامة " أو " سياحة موسمية " من نوع أقل إثارة ، وأكثر هدوءاً وكان يمكن أن يطلق علي هذا النوع من السياحة " السياحة العلاجية " أو " سياحة النقاة " ولكن يشترط أن يتجرد هذا التعبير مما يعني العناية الطبية ، فمواسم التردد علي مناطق للمياه المعدنية والمعالجة بها ، والتي كانت في الماضي تجتذب الكثيرين من السياح ، والتي لا تزال تتطور في كثير من دول أوروبا ، وفي مصر ، كعيون حوان المحنية ، مثل لهذا النمط من السياحة.

« السياحة الرياضية **tourism for sport** : هي السياحة التي يكون الباحث عليها الرغبة في ممارسة أنواع معينة من الرياضة ومن جهة حجم هذه السياحة فإن الرياضة البحرية كسباق الزوارق أو الترحلق علي الماء أو سباقات السباحة وما إليها ، ورياضة الترحلق علي الجليد في مقدمة أنواع الرياضة التي تمثل هذا النمط من السياحة ولو أن صيد الأسماك وصيد الطيور والوحوش رياضة تتقدم باضطراد ويتزايد حجم السياح الذين يسافرون مسافوعين ببواعثها ن وتحقق أرقماً متضاعفة من الإيرادات السياحية .

#### ٥- طبقاً للخصائص الاجتماعية والاقتصادية للطلب .

« السياحة الممولة ذاتياً **self - financing tourism** : يعتمد السياح علي أموالهم الخاصة في سد حاجتهم السياحية ، وهذا النمط يضم تقريباً كل سياحة الاستضافة و السياحة الخارجية في مقابلها ومعظم السياحة الداخلية ، وإذا استخدمنا تعبيراً مالياً بحتاً فإن هذا النمط من السياحة - وحده - هو الذي يمكن أن يوصف بأنه " مجز " للاقتصاد الأهلي والمنشآت السياحية الخاصة علي السواء .

« السياحة الاجتماعية **social tourism** : هي التي يكون الطلب عليها " كامناً " أو " محتملاً " لأنه طلب قطاعات من الناس لا تستطيع مستويات دخولهم أن تجزو علي النظم به ، أو مواجهة نفقاته ، ولكن يمكن تحوله من طلب " كامن "

أو " محتفل " إلى طلب حقيقي بفضل التسهيلات المختلفة الأشكال التي تقدمها للحكومات أو المنشآت الخاصة .

« وفي ضوء طبيعتها الخاصة يمكن التقرير بأن السياحة الاجتماعية في معظم الأحوال " سياحة داخلية " بصفة عامة ، والمستفيد منها هم مواطنو الدولة التي تنفذ مشروعات السياحة الاجتماعية الذين يستقبلون مواطنيهم داخل حدود هذه الدولة ، وأن كانت " السياحة الاجتماعية " قد أصبحت تشمل - إلى حد أقل - برامج خاصة بالسياحة الخارجية .

« سياحة الشباب **juvenile tourism** : شكل خاص من السياحة يمكن فصله عن بقية الأنماط للتركيز على العناية الخاصة التي تعطي له بسبب أهدافه التربوية والإعلامية.

### أنماط السياحة وأشكالها عند المدرسة النمساوية

هذا التقسيم الذي وضعه السياحي الأسباني " إيبيرال " هو الذي تفضله المدرسة الأسبانية ، أما المدرسة النمساوية التي يمثلها الأستاذ " بيرنيكر " فتذهب إلى التفرقة بين " أنماط السياحة " و " أشكال السياحة " .

#### أنماط السياحة :

فأنماط السياحة هي نتيجة " الأغراض " التي يقصدها السائح من وراء رحلته ، وهذه " الأغراض " تمثل " العامل المعنوي " ولذلك فهي جزء لا ينفصل عن البواعث التي تدفع السائح إلى القيام برحلته ، وتتنبق عن طائفة من للرغبات والمواقف العقلية الإنسانية الشديدة الاختلاف من أنماط السياحة يجدر تصنيفها ، وأهمها :

« سياحة الاستجمام : وتشمل مجموع السياح الذين يرغبون التوفيق بين الانتقال من مواطنهم مع الاسترخاء الجسدي والذهني ، وفي بعض الأحيان التماس العلاج أو التخفيف من آلام جسدية بالتوجيه إلى بعض المناطق العلاجية ، وهؤلاء السياح لا يفكرون بصفة عامة في إطالة مدة رحلتهم ألا في حالات

خاصة عندما يأملون في الحصول علي نتائج مرضية من البقاء في مناطق علاجية بعيدة عن مواطنهم .

« السياحة الثقافية : وتشمل الرحلات التي تحدد إليها الرغبة في أن يري السائح بنفسه أشياء جديدة ، وفي أن يتتقف عن طريق زيارة بلاد أجنبية ودراسة شعوبها والخصائص التي تميز هذه الشعوب عن غيرها ، ولكن السياحة الثقافية قد تشمل أيضاً الرحلات التي تستهدف الاشتراك في المناسبات الفنية كالمهرجانات والرحلات لأسباب ثقافية أو دينية .

« سياحة الاتصالات الاجتماعية : هي سياحة الرحلات التي يقصد منها زيارة الأصدقاء أو المعارف ، ورحلات أشهر العمل التي يقوم الأزواج الجدد بها ، ولكنها تشمل أيضاً الرحلات التي تتم لمجرد تحقيق أغراض اجتماعية مظهرية أو ابتغاء التميز الاجتماعي للسائح في بيئته ، وقد أصبحت هذه الاعتبارات عاملاً هاماً في الوقت الحاضر .

« السياحة الرياضية : الرحلات بقصد صيد الطيور والوحوش أو صيد الأسماك أو مزاولة الرياضات البحرية ، أو تسلق الجبال أو رياضات الشتاء ولكنها تشمل أيضاً الذين يسافرون لمشاهدة المباريات الرياضية الدولية الذين يكونون قطاعاً هاماً من مجموع السياح ، ولذلك فكل دولة تعمل علي تشجيع السياحة يجب أن تدرس الأنماط الرياضية التي تناسب مناطقها السياحية الطبيعية والثقافية وكيف تثير الاهتمام الدولي بمغريات هذه المناطق مع الحرص علي مصادر الأنشطة الرياضية في هذه المناطق أي السماح بصيد الطيور في مناطق معينة بحيث لا يترتب علي هذا السماح أفناء هذه الطيور .

« السياحة الاقتصادية : وهي التي تشمل بصفة خاصة الرحلات بمناسبة المعارض الدولية ، كما تشمل السياحة المهنية التي قد لا تتدرج طبقاً للفكرة العلمية السياحية - تحت نمط من أنماط السياحة بمعنى الكلمة ، مع ذلك فلا يجب أن يغيب عن الذهن أن مثل هذه السياحة المهنية أو السياحة بقصد إنجاز الأعمال - تتبني عنها - أو تترتب عليها حركة سياحية هامة ، فالمناسبات

والمهرجانات الاقتصادية لا تجتذب مشترين فحسب بل أنها بسبب المزايا وتسهيلات السفر التي تمنح للراغبين في حضورها وللبرامج الاجتماعية التي تعد لها تجتذب أيضاً أعداداً كبيرة من المتشوقين إلى مشاهدتها - كما أن المنشآت الصناعية الكبيرة كمحطات القوى الكهربائية والمناطق التي تطبق فيها تجارب استغلال زراعي أو صناعي رقدة تغري في غالب الأحيان علي زيارتها .

« السياحة السياسية : الاشتراك في المناسبات أو الأحداث السياسية تتيح - ما يصاحبها من تهيئات السفر ومهرجانات واحتفالات - فرصة مغرية علي السياحة ، ويقصد بهذا النمط من السياحة تلك التي تتم بقصد الاشتراك في حدث ذي أهمية فذة كتتويج ملكة بريطانيا مثلاً الذي لجتذب الألوف من الزائرين الأجانب إلى لندن .

وهذا التصنيف للأنماط السياحية إنما قصدت به محاولة وضع بعض قوالب تنظيمية لهذه الأنماط ، ولكن الواقع العلمي ، يقضح منه أن كل نمط من هذه الأنماط لا يمكن فصله أو عزله بطريقة بأنه عن الأنماط الأخرى بحيث يمكن الاستدلال عليه منفرداً ، فالعلاقات والصلات بين هذه الأنماط متداخلة ومتشعبة .

### أشكال السياحة تبعاً لأسبابها وآثارها الخارجية :

إذا كان تصنيف أنماط السياحة قد روعيت فيه الأغراض التي يقصدها السائح وهي التي تمثل العامل المعنوي الدلخلي لدي السائح الذي يوجهه فإن أشكال السياحة تجب للفرقة بينها تبعاً لأسبابها وآثارها الخارجية ، وهنا لا يعنيها ألا السمات التي تبرز للفرقة في ضوء ما تجري عليه السياحة الحديثة غالباً فهذه الفرقة تبدو في وجهات النظر الآتية:

« طبقاً لموطن السائح : تنقسم الفرقة للتخوية بين السياحة الأهلية والسياحة الخارجية تبعاً لتنقلات السائح داخل حدود بلادهم أو تقوم مواطنين أجانب إلى هذه البلاد .

« طبقاً لآثار السياحة علي ميزان المدفوعات : فتقوم الزوار الأجانب يسهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلد التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون في هذه البلد عملات أجنبية ، وخروج مواطني هذه البلد لزيارة بلد أجنبية يحدث أثراً عكسياً علي ميزان المدفوعات ، وبذلك يمكن القول في الحالة الأولى أن السياحة إيجابية ، وفي الحالة الثانية بأن السياحة سلبية .

« طبقاً لمدة الإقامة : ومن هذه المدة يتبين للفرق بين السياحة طويلة الأجل والسياحة قصيرة الأجل، فالسياح الذين يسافرون في جماعات بناء على برنامج ضخم يقضون بصفة عامة مدة قصيرة في كل مكان يتوقفون فيه من الأماكن الجديدة التي يزرونها ، بينما الإقامة في الخارج للدراسة أو العلاج أو للاستجمام تقتضي مدة طويلة .

« طبقاً لعدد السياح : فهناك سياحة الأفراد ، وسياحة الجماعات أو السياحة الفردية أو السياحة الجماعية .

« طبقاً لطبيعة وسائل المواصلات : سياحة بالسكك الحديدية - سياحة بالباخرة - سياحة بطريق البر - سياحة بالسيارة .

« طبقاً لمدي الانفتاح الإداري : تترتب علي مدي هذا الانفتاح التفرقة بين السياحة الموجهة والسياحة الحرة في ضوء اللوائح والقواعد التي تضعها سلطات البلد المضيفة والتي تحد من حرية السياح في التنقل أو إطلاق الحرية لهم في هذا للتنقل .

## الفصل الثاني

### التنشيط السياحي





## الفصل الثاني .

### التنشيط السياحي

#### أسباب بحث ودراسة تنشيط السياحة

الآن وقد مر خمسون عاما على صدور المرسوم بقانون رقم ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ نرى انه لا بد وان يوضع للتنشيط السياحي في قالب علمي يدرس في كليات السياحة والمعاهد السياحية العليا والمتوسطة ولا بد أيضا أن يدلي أساتذة علوم السياحة بدلوهم وان تكون لهم نظريات وأبحاث وأفكار فالتواقع أن أي فرع من فروع المعرفة يكتسب الصبغة العلمية لا بما نريده له ولا بما يوضع في نهاية الاصطلاح المعبر عنه وإنما هو يكتسب هذه الصبغة بعلميه للمنهج الذي يستخدم في استخلاص المعرفة المتعلقة بالظواهر محل الاهتمام ودراسة هذا الموضوع وبحث التنشيط السياحي لا يعني فقط دراسة ما يرد بهذا الكتاب - فهذا الكتاب تسجيلي وتوضيحي ، بل من الهام أن يتوجه للمتخصصون للقراءة العلمية والاطلاع والقيام بعمل أبحاث ويجب الرجوع إلى كافة المراجع العلمية العربية والأجنبية - وهنا نحن نرغب بصدور هذا الكتاب ألا يكون للاستيعاب البسيط بل يجب أن يتعداه إلى الاستيعاب الناقد - الناقد للمنهج وللأفكار لتصل في النهاية إلى منهج وأفكار في صالح العملية التنشيطية وبالتالي في صالح السياحة بصفة عامة .

وعلى ذلك فإننا حين ننادي بان يكون للتنشيط السياحي علم يدرس وتجرى فيه أبحاث فعلينا أن نرجع أولا إلى فلفة العلم واستخداما للاصطلاح بمعنى عام يقصد بالعلم هنا مجموع المعرفة الإنسانية المنظمة المتعلقة بالطبيعة وبالمجتمع وبالفكر والمستخلصة عن طريق اكتشاف القوانين الموضوعية التي تحكم الظواهر الحسية وذلك استخداما لمناهج البحث العلمي وهي معرفة تقصد إلى تفسير هذه الظواهر تفسيراً علمياً .

وعلى ذلك فالحديث عن علم يتعين أن يكون لدينا جسم من المعرفة العلمية لكي تكون المعرفة علمية تفرقة لها عن المعرفة العادية التي تكتسب من خلال تجربة الحياة اليومية ويتعين أن يتوافر لها ثلاثة شروط : شرط أول : خاص

بالهدف من نشاط البحث ، وشرط ثان : يتعلق بالمسبل الذي يتبع في نشاط البحث ،  
، وشرط ثالث : يخص النتيجة التي ينتهي إليها نشاط البحث .

نعتقد أن أسباب دراسة هذا الموضوع والبحث العلمي في أساليب ومفاهيم وطرق وأدوات العملية التشغيلية للقطاع السياحي أو للنشاط السياحي أن نوجد علم جديد له موضوعه ومنهجه وقواعده وأن نضع تجارب السابقين بل والحاليين موضع التحليل والفحص العلمي لنرسي للتقدمين أساليب يقومون من خلالها بتطوير وتعظيم هذه التجارب وتنفيذ ما يتعين لهم تنفيذه على أسس موضوعية ودراسات مسبقة .

ونأمل أن يكون هذا الفرع الذي لم يتعرض له احد بالدراسة الممتنضة علما مستقلا بذاته ذي موضوع ومنهج خاص ، علم يؤدي تطبيق قواعده إلى تعزيز فائدته للمجتمع وأن يستتبط هذا العلم من نشأته الحديثة نمىيا قواعدا جديدة ولا يكتفي بما حدث أو بما هو حادث في العملية التشغيلية إنما يقوم من يتولى البحث في هذا الفرع أو هذا العلم بتقديم أفكار وتصورات ومقترحات قد تكون مفيدة . ومرشدنا إلى هذا الحديث ما بينه ابن خلدون عندما يخبرنا أن الأحوال والعوائد تتبدل وأن الناس لابد من أن يفزعوا إلى عوائد من قبلهم ويأخذون الكثير منها ولا يخلون عوائد جيلهم مع ذلك - ويعزو ابن خلدون أن حقيقة الرزق والكسب هو نتيجة الأعمال البشرية حيث يقول أن المكاسب إنما في قيم الأعمال فإن كثرت الأعمال كثرت قيمتها ، فالعمل في نظر ابن خلدون هو مصدر القيمة.

ومن هنا واسترشادا بما سبق فلا بد أن يتم العمل والعمل يؤدي إلى عمل ومن خلال العمل الأول وإلى العمل التالي نترسخ قواعد جديدة ومفاهيم سليمة ويكتمل الخط الفكري للأعمال وتتصل حقائقه وملامحه وتكتمل معرفة الأنماط التي يتم تنفيذها أو تعديلها أو حتى إلغاؤها ، بهذا يتحرز الوعي المنهجي المفروض التسليح به فلا بد من وعي بمنهج العمل وإدراك دلالاته وتقييم نتائجه وبحث معوقاته وتعزيز مقوماته وهذا الوعي المنهجي لابد لمن يتجه أن يعي أنه ينشئ علما جديدا يركز على الملاحظة وينشغل بالتوصل إلى معرفة منضبطة عن طريق الإحاطة

بكل المظاهر الخاصة والمتعلقة بالموضوع الذي يبحث فيه .

وهذا يقودنا إلى الهدف من الكتابة عن التنشيط السياحي - وهل حقق التنشيط السياحي من خلال الوظائف والمهام والاختصاصات التي وضعت له - وما هي محدثات هذا العمل وما هي معوقاته وهل يستحق التنشيط السياحي أن يكون له مرجع يسترشد به أو كتاب يستند عليه في أداء العمل المنوط بمن يقوم بهذا العمل وهل التنشيط السياحي مجرد أداء يومي لموظفين إداريين يعملون في هذا القطاع أم أنه عملية خلق وإبداع ؟ وهل هناك نظرية علمية ؟

يسرف أستاذنا الدكتور صلاح عبد الوهاب النظرية العلمية بأنها مجموعة منظمة من المبادئ المتداخلة أو المتصلة ببعضها اتصالاً عضوياً بحيث تشكل إطاراً يضم المعرفة والمعلومات العلمية .

أما المعرفة فإن أستاذنا الدكتور محمد دويدار في مؤلفه مبادئ الاقتصاد العلمي يورد نظرية المعرفة بعد استخلاصها من الفلسفة الأولى عند أرسطوطاليس والفلاسفة الألمان والاسكتلنديين والفكر الإنجليزي والفرنسي .

فنظرية المعرفة دراسة للعلاقة بين من يستخلص المعرفة The subject وموضوع المعرفة The object - العلاقة بينهما في عملية استخلاص المعرفة مما يمكننا من التعرف على طبيعة المعرفة الإنسانية وعلى ميكانيزم استخلاصها وعلى أهميتها وحدودها .

وعلى ذلك فإننا حين ننادي بأن يكون التنشيط السياحي علم يدرس ويجري فيه أبحاث فطيناً أن نرجع أولاً إلى فلسفة العلم واستخدام الاصطلاح بمعنى علم - فالمقصود بالعلم هنا هو مجموع المعرفة الإنسانية المنظمة المتعلقة بالطبيعة والمجتمع والفكر والمستخلصة من متابعة الظواهر الحسية ومحاولة وضع واكتشاف القوانين التي تحكم هذه الظواهر الحسية وذلك استخدماً لمنهج البحث العلمي وهي معرفة تقصد إلى تفسير هذه الظواهر تفسيراً علمياً .

وعلى ذلك فالحديث عن علم يتعين أن يكون لدينا كيان من المعرفة العلمية

وهي تختلف عن المعرفة العادية التي تكتسب من خلال العمل اليومي المتواتر تنفيذاً لتعليمات أو أوامر تصدر من رئاسة لهذا العمل أو ذاك . وهذه المعرفة العلمية أو العلم بصفة عامة يجب أن يتوافر له ثلاثة شروط - شرط أول خاص بالهدف من نشاط البحث في هذا العلم وشرط ثان يتعلق بالسبيل الذي يتبع في نشاط البحث والشرط الثالث يخص النتيجة التي ينتهي إليها هذا النشاط أو هذا البحث . وحينما يقول ابن خلدون أن الإنسان يتميز عن باقي الكائنات بالفكر - وهذا الفكر هو الذي يمكن من الوقوف على علاقة السببية في أحوال المجتمع ليس فقط بالنسبة للماضي إنما كذلك بالنسبة للمستقبل ، وهكذا نجد أن ابن خلدون أول مفكر يجعل من المجتمع الإنساني - كما يفعل علماء الاجتماع المعاصرون - موضوع دراسة علمية وبحثاً الدكتور توفيق الطويل في مؤلفه أسس الفلسفة في مجال تعريف العلم فيقول أن العلم يعني بملاحظة الظواهر الجمعية وتصنيفها والكشف عما يقوم بينها من تتبع ودلالات سببية والصعود إلى إصدار أحكام وضعية على هذه الوقائع .

ويجب أن تتميز بالموضوعية ثم النزاهة والتزام الحيدة واستبعاد الذات ، فإذا وصلنا إلى أن التنشيط السياحي يجب أن يكون علماً فعلينا أن نوضح ارتباط هذا العلم بالعلوم الأخرى فنبحث عن علاقة للتنشيط السياحي وعلم التاريخ ، وعلم الاجتماع وعلم الاقتصاد وعلم الجغرافيا والعلوم السياسية وعلم النفس والقانون لكي يكون هذا النوع من النشاط مؤسس على قواعد علمية موضوعية .

والواقع أن الكتابات الأكاديمية في السياحة بحثت واستفاضة عن علاقة السياحة بغيرها من العلوم المختلفة وحيث إننا ننادي الآن بدخول التنشيط السياحي المجال العلمي ليكون علماً له قواعده ومفاهيمه وركائزه وقوانينه وإسهام مع باقي فروع السياحة كالسويق والتنمية والنفقة والتشريعات والتخطيط ليسهم مع هذه الفروع في الارتقاء بالسياحة ككل وباعتبار أن للتنشيط حلقة هامة من حلقات التنمية السياحية وإذا كانت دراسة العلوم السياحية دراسة واعية لعدد من العلوم الأخرى التي ترتبط بها ارتباطاً وثيقاً يختلف قريباً وبعداً بحسب نوع الدراسة

المطلوبة ولذلك فقد اتفق علماء السياحة على ضرورة الاتجاه في دراسة السياحة اتجاهاً متعدد الجوانب أو متعدد النظم وبالتالي فإن دراسة السياحة متداخلة مع عدة علوم اجتماعية وغير اجتماعية يجعل هذه الدراسة أمراً ضرورياً فلعلم السياحة بمضمونه الشامل يضم علوماً فرعية كالالاقتصاد السياحي والتخطيط السياحي والجغرافيا السياحية والإحصاء السياحي والتسويق السياحي وكل منها مجموعة معارف تؤكد صحتها وثبتت عقلياً وتم تطبيقها بطرق علمية وأصبحت مناهج تدرس .

### مفهوم التنشيط لغويا

كلمة تنشيط مشتقة من كلمة نشط وفي المعجم الوجيز نشط فلاناً جعله ينشط - ونشط إليه وله - نشاط خف له وجد فيه أنشط فلاناً - صيره نشيط - تنشيط صار نشيطاً للعمل - وتهيأ له وأقبل عليه - المنشط - الكثير النشاط - النشاط الخفة للأمر والجد فيه - ممارسة صداقة لعل من الأعمال - يقال لفلان نشاط زراعي أو تجاري مثلاً .

هذه هي المعاني والمفاهيم لكلمة التنشيط وكلها معاني تشير إلى حالة من الأداء سواء الفكري أو الجسماني في العمل أو هي ممارسة صداقة لعمل من الأعمال - وعلى ذلك فكل هذه المعاني وكل المشتقات من كلمة نشط تشير لمشاعر جمة من الحيوية وحسن الأداء للعمل .

أما معنى كلمة Promotion وهي الاشتقاق المقابل للتنشيط في اللغة العربية فهي مشتقة من كلمة Promote ومعناها يرقى أو يعلى منزلته أو مركزه أو يعزز أو يشجع أو ينشئ أو يؤسس وأيضاً ترفع أو تعزیز أو تشجيع أو إنشاء أو تأسيس .

وعلى هذا فالمنعنى في اللغة العربية أو اللغة الانجليزية فهي معاني خصبة للأداء وتكفل على توفر الهممة والارتقاع بالوضع أو إنشاء أو تعزیز أو تأسيس شيء .

إذا فالمعنى اللغوي لكلمة تنشيط سواء في اللغة العربية أو الانجليزية هي حالة مرضية لأداء عمل بصورة جيدة وكلها تشير إلى معاني طيبة ونعتقد أن من اختاروا هذا الاسم ليقرن بالسياحة كانوا محقين وكانوا راغبين في أن تكون السياحة هذه المفاهيم العظيمة وكانوا يستشرون أهمية السياحة وأهمية تنشيطها مصر .

والتحليل اللفظي لكلمة التنشيط كما سبق وأوضحناه يؤدي بنا إلى التعرف على مجموع المكونات للعمل التنشيطي والتي نتلخص فيما يلي :

١. الإقبال على العمل .
٢. التهيؤ له .
٣. الخفة والجد للأداء .
٤. الممارسة الصادقة .
٥. الترقى أو التعلية .
٦. التعزيز والتشجيع .
٧. الإنشاء والتأسيس .

هذه هي مكونات العمل التنشيطي لغويا أو لفظيا . وقد يحدث خلط بين اصطلاح النشاط السياحي وبين التنشيط السياحي - وهنا يمكن استعارة ما أشار إليه رواد الاقتصاد والاجتماع المعاصرين حينما حددوا الفرق بين النمو والتنمية - فاصطلاح النمو يشير إلى عملية الزيادة الثابتة أو المستمرة التي تحدث في جانب من جوانب الحياة - فالزيادة الثابتة في النسبة المئوية للمتعلمين إلى مجموع السكان مؤشر من مؤشرات النمو الاجتماعي - . أما التنمية فيحدث في التعليم في مرحلة النمو الاجتماعي السريع وخلال مدة ممتدة من الزمن .

ولنمو يحدث في الغالب الأعم عن طريق التطور البطيء والتحرك التدريجي . أما للتنمية فتححتاج إلى دفعة قوية ليخرج المجتمع من حالة الركود والتخلف إلى حالة التقدم والنمو .

والظواهر والأشياء حينما تنمو لابد أن تتغير خلال مدة النمو غير أن القدر المتحصل من التغير عن طريق النمو ليس إلا قدرا ضئيلا وهو اقرب ما يكون إلى التغير الكمي منه إلى التغير الكيفي - أما التغير الذي يسمي التتمية أو ينتج عنها فهو تغير كبير يتناول الجوانب البنائية كما يتناول الجوانب الوظيفية - وهو اقرب ما يكون إلى التغير الكيفي منه إلى التغير الكمي . والتغير الكيفي من سماته العمق والجذرية والسرعة ومن نتائجه تحول الظواهر والأشياء وانتقالها من حالة إلى أخرى .

فاللتمية إذن تحيط بكافة جوانب الحياة على اختلاف صورها وأشكالها فتحدث فيها تغيرات كيفية عميقة وشاملة .. كما أن النمو ينظر إليه على أنه عملية تلقائية تحدث من غير تدخل من جانب الإنسان لما للتمية فهي تشير إلى النمو المتعدد الذي يتم عن طريق الجهود المنظمة التي يقوم بها الإنسان لتحقيق أهداف معينة .

ومن هنا نستطيع أن نقول أن النشاط السياحي هو النمو السياحي بمعنى أن هناك أناس يعملون في القطاع السياحي ويمارسون نشاطا معيناً وأن هذا النشاط يسير سيرا طبيعيا متواترا ويؤدي إلى تغير كمي في العمل السياحي وعلى سبيل المثال لو أن هناك فندقا سياحيا يستقبل سياحا بصفة دورية أو معتادة فهذا نشاط سياحي عادي يدر دخلا معتادا ويصنف دقمة أما لو أن هذا الفندق استطاع أن يقسم مجموعة من الحفلات الجاذبة على فترات متقاربة ولو أنه استطاع أن يحول جزءا من مبناه إلى صالة لإقامة المؤتمرات أو المناسبات فإن هذا العمل يندرج تحت عنوان التنشيط وليس للنشاط الفندقي وبالمثل فإن هناك بعض القلاع والأماكن الأثرية تستقبل يوميا زوارا من مختلف الأجناس وذلك لمشاهدة هذا المكان الأثري فهذا نشاط سياحي أما إذا استطاع القاصمون على التنشيط السياحي استغلال هذا المكان استغلالا مختلفا عن الاستغلال العادي بإقامة حفلات أو مناسبات مرتبطة بتاريخ هذا الموقع والأحداث التي مرت به في عصوره المختلفة فهذا الأمر يعد تنشيطا - وهكذا فقد تحول النشاط إلى حالة أخرى يمكن أن يطلق عليها تنشيط

وتغيرت الأساليب الروتينية المتبعة من نشاط إلى تغييرات كيفية وأصبحت تنشيط - وتغير مفهوم النشاط من عملية تلقائية يومية إلى تنشيط متعدد عن طريق جهود وأفكار لتحقيق أهداف معينة يطلق عليها الأهداف التنشيطية .

إذا لابد من حدوث دفعة قوية أو سلسلة من الدفعات القوية حتى يتمنى بمقتضاها الخروج من حالة الركود المتواترة والمستمرة إلى حالة من التنشيط الكيفية لحدوث تقدم في وقت أسرع من خلال إستراتيجية ملائمة بمعنى اختيار الأسلوب أو المنخل التي يتم اختياره لتحقيق من خلاله الأهداف المحددة ومن خلال تعميم الوسائل البديلة التي يمكن من خلالها تحقيق هذه الأهداف باستخدام الموارد المتاحة لها والظروف الملائمة المحيطة - وبمعنى آخر فإن أهداف التنشيط الانتقال من حالة ما هو قائم إلى حالة ما يجب أن يكون.

وهنا يلزم أن يكون هناك تعاون من مختلف الأجهزة والمنظمات باتخاذ قرارات إدارية واقتصادية على أسس رشيدة وموضوعية ولتوضيح ذلك بمثال تطبيقي فإن بالإسكندرية موقعين أثريين سياحيين هامين هما قلعة قايتباي والمسرح اليوناني الروماني.

أما قلعة قايتباي فهي قلعة مملوكية رائعة تحتل نفس الموقع الذي كانت تحتله منارة الإسكندرية للقيمة - إحدى عجائب الدنيا السبع في العالم الإغريقي القديم وهي عبارة عن بناء رافع من الحجر الجيري الأبيض الذي يقع مباشرة على مياه البحر المتوسط الزرقاء في منظر بديع خلاب . ومنذ إنشائها بمعرفة الاشراف قايتباي والتي تم الانتهاء من بنائها سنة ١٤٨٠ ظلت من أهم القلاع العسكرية خلال العصر للمملوكي والعثماني واهتم بها وتجديدها سلاطين وولاة هذين المصريين كما جدها محمد علي باشا في بداية القرن التاسع عشر وبعد تدميرها بمدافع الأسطول الانجليزي عند احتلاله للإسكندرية سنة ١٨٨٢ ، جددت مرة أخرى عام ١٩٠٤ وقد تم تجديدها مرة أخرى في حقبة الثمانينات من القرن العشرين بمعرفة هيئة الآثار المصرية - وقد ظلت هذه القلعة منذ بنائها أثرا فريدا وأصبح زيارتها للباحثين للإسكندرية من الخارج أو الداخل أمرا مستمرا ودائما ولم



يزد وضعها عن كونها مزارا أثريا أو سلاحيا أو حتى دراسيا للمهتمين بالدراسات التاريخية والأثرية . ولما كان العام ١٩٩٢ وبالتعاون مع هيئة الآثار قامت الهيئة الإقليمية للتنشيط السيلحي بالإسكندرية مهرجانا تحت اسم ((مهرجان إسكندريات العالم)) استغلت القلعة في أحد أهم أنشطة المهرجان وهو عرض الأزياء التاريخية الذي جرى في حصن القلعة وأنشأ المقاولون العرب مسرحا خشبيا تم فكه بعد انتهاء العرض الذي جرى فوق خشبته وفي ساحة القلعة وهذا العرض أثار إعجاب المشاهدين الأجانب قبل المصريين وقد استغل منظمو المهرجان هذا الموقع التاريخي الأثري السيلحي لعمل تنشيط سيلحي للإسكندرية بدلا من النشاط الذي كان يتم قبل ذلك . ثم أعيد استغلال المكان في عام ١٩٩٦ في المهرجان الثاني لاسكندريات العالم وقد كانت تجربة فريدة فالمكان يتشابه مع المكان الذي وقعت فيه أحداث ووقائع قصة عطيل لشكسبير ومن الحان فيردي - وقسمت الأوبرا (عطيل) ليلية واحدة . وكان حدثا رائعا مليئا بالحيوية وترك انطباعا رائعا لدى أكثر من أربعة آلاف مشاهد - إلا أن الأوبرا لم تعرض بعد ذلك لأسباب قد يجري بحثها في موقع آخر من هذا المؤلف .

أما المسرح الروماني فهو المسرح الوحيد الذي تم العثور عليه في مصر ويقع في وسط الإسكندرية حيث بدأت الحفريات في هذه المنطقة عام ١٩٦٠ ووجد بها آثار من عصور مختلفة ويقايا حملات رومانية يعود تاريخها من القرن الثاني إلى القرن السادس الميلادي ، وقد بني هذا المسرح في القرن الثاني الميلادي يتكون من مدرج قطره ٤٢ متر وبه ١٦ درجة من الممرر للجلوس ومنطقة للعرض ومنطقة الأوركسترا .

وقد استغل هذا المسرح في حقبة السبعينات من القرن الماضي في عمل مسرحية تحت اسم الإسكندر الأكبر وتوقف استغلال المسرح في العروض الفنية إلى أن نودي مرة أخرى في أواخر الثمانينات باستغلاله مرة أخرى ولكن لم يتم ذلك إلا مع نهاية التسعينات ولوائل العقد الأول من الألفية الثالثة .

وبعد استعراض ما سبق فإن التنشيط يعد فعلا محفزا للنشاط ، ولكن هل

هناك أنماط معينة للتنشيط السياحي يمكن الأخذ بها ، نستطيع أن نستعير من المدرسة الاسبانية التي حققت نجاحا أسطوريا في تنشيط السياحة إلى اسبانيا أنماط العملية التنشيطية وإن كانت اسبانيا لم تصنع أنماط بعملية التنشيط لكن هذه الأنماط يمكن تطبيقها على العملية التنشيطية والاستفادة منها وإن نعتبرها للخط الفكري للتنشيط السياحي الذي نعتقد أن كل مقومات نجاحه متوفر في مصر خاصة وإذا اعتبرنا أن نقطة الانطلاق للعملية التنشيطية تتبع من الفكر السياحي الراقي الذي يعتبر الخلية الأولى لهذا العمل وأن هذا الفكر هو النواة التي يدور في فلكها هذا الكيان .

### الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي

شهد عام ١٩٥٧ الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي أي أنه منذ خمسون عاما ظهر رسميا وحررت له شهادة ميلاد وسن الخمسون للإنسان الطبيعي هي من النضوج والفكر السديد وحصاد للتجارب السابقة على هذه السن وهي أيضا من قيادة الجماعات بعد قضاء ما يزيد على ربع قرن أو نحوها في تولي وظائف مؤهلة للترقي للقيادة .

ولا يعتبر الميلاد الرسمي للتنشيط السياحي في العام ١٩٥٧ بداية العمل التنشيطي في السياحة فالميلاد في مصر أقدم كثيرا وفي مقدمة كتاب الأستاذة الدكتورة هدى سيد لطيف الأجهزة والمنظمات السياحية ، نذكر أن السياحة مرت بظاهرة إنسانية وحضارية بالعديد من المراحل التي ساعدت على تطورها واتساع قاعدتها وتشعب تأثيراتها إلى أن وصلت إلى ما هي عليه اليوم كنشاط إنتاجي وخدمي وتنموي مركب يتصل ويتداخل ويتعامل مع قطاعات كثيرة ويؤثر تأثيرا مباشرا في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والبيئية ((وهذه النواحي الذي ذكرتها الدكتورة هدى لطيف سيكون لها نصيب هذا المؤلف حديث آخر)) .

وتستطرد إلا أنها أي السياحة في مسيرتها الطويلة قد واجهتها كثير من العقبات والمحددات الدولية والإجراءات الحكومية مثل صعوبة الحصول على

تأثيرات الدخول والقيود المختلفة على انتقال الأفراد وقوانين العملة ولوائح الجمارك وغيرها من المشكلات المتنوعة سواء في الدول المصدرة للسياحة أو المستقبلية لها الأمر الذي جعل الدول تأمل في إيجاد نوع من التعاون المنظم الذي يساعدها على تنشيط وتنمية السياحة بما يمكنها من تحقيق مستوى حياة أفضل لشعوبها من ناحية ووصولاً إلى التقارب والتفاهم والاحترام العالمي الذي يهدف لسلام ورخاء الإنسانية كلها من ناحية أخرى .

وقد شعرت الدول المختلفة بحاجتها الملحة إلى تنظيم العمل السياحي بها وإلى حتمية وجود أجهزة ومنظمات قومية ومطوية تتولى مسؤولية النهوض بالسياحة ووضع القواعد والخطط اللازمة لنموها وحفز جميع الطاقات واستغلال كافة الموارد المتاحة لتعظيم للعائد منها والاستفادة من مزاياها وجوانبها المتعددة .

وتستطرد الدكتورة هدى لطيف أن من الدول التي حرصت على وجود منظمات وأجهزة حكومية للسياحة فرنسا وإيطاليا وسويسرا والنمسا وبلجيكا والمكسيك وأمريكا ومصر بالإضافة إلى كثير غيرهم إلا أن اختصاصات ووظائف هذه الأجهزة وحجمها وأشكالها القانونية قد اختلفت من دولة لأخرى تبعاً لعدد من العوامل منها نوع للتنظيم الداخلي بكل دولة وهيكلها الحكومي وشكلها الدستوري والقوانين المساندة بها فضلاً عن مدى الاهتمام بالسياحة والاقتناع بضرورة إعطائها الدفوعات اللازمة لتطويرها ونموها باعتبارها قطاعاً إنتاجياً له خصائصه ومتطلباته واحتياجاته ويعود تاريخ أول تنظيم رسمي للسياحة بمصر إلى عام ١٩٣٥ حين صدر قرار مجلس الوزراء بإنشاء مكتب السياحة للحكومي بوزارة المالية .

وفي شهر أكتوبر من العام نفسه صدر قرار آخر بتحويل هذا المكتب إلى مصلحة السياحة وكان يرأسها وكيل وزارة يعاونه وكيل عام كما كانت تضم إدارتين عامتين هما الإدارة العامة للسياحة الخارجية والإدارة العامة للسياحة الداخلية .

أما إذا انتقلنا إلى السياحة في مصر في العهد الحديث فنجد أن التاريخ الرسمي للسياحة في مصر يبدأ من عام ١٩٦٣ وبالرغم من كل المقومات السياحية

والأكثري والطبيعية والمناخية المتوافرة بمصر ويكل تاريخها الضارب في عمق التاريخ ، فإن السياحة لم تأخذ شكلاً رسمياً علي مستوى وزارة إلا في عام ١٩٦٣ ، قبل ذلك التاريخ كانت أمور السياحة تسيرها مصلحة تتبع وزارة الاقتصاد تسمى مصلحة السياحة ، وأول وزارة للسياحة في مصر كانت عام ١٩٦٣ ، وكان أول وزير للسياحة هو الدكتور عزيز يس والذي كان يعمل قبل تولية الوزارة رئيساً لمجلس إدارة شركة أسمنت حلوان ، وكانت تسمى وزارة السياحة والآثار ، وبعد سنتين أي عام ١٩٦٥ ضمت مصلحة السياحة التي كانت تابعة لوزارة الاقتصاد إلي وزارة السياحة ، وبعد عامين آخرين صدر قرار بضم مصلحة الآثار إلي وزارة الثقافة التي أنشأت لأول مرة عام ١٩٦٧ . وكان رئيس مصلحة الآثار الأستاذ عبد المنعم الصاوي والذي تولي وزارة الثقافة بعد ذلك . ثم تتابع بعد السيد الدكتور عزيز يس علي وزارة السياحة الدكتور أحمد السيد درويش والسيد أمين شاكر ، والدكتور محمود أمين عبد الحافظ والدكتور محمد حافظ غانم والدكتور جمال الناصر والدكتور فؤاد هاشم والدكتور إبراهيم نجيب والدكتور كما رمزي استينو والذي تولي الوزارة مرتين والسيد عادل طاهر والسيد توفيق عبده إسماعيل والسيد أحمد نوح والدكتور وجيه شندي والسيد فؤاد سلطان ثم الدكتور ممدوح البلتاجي ثم المهندس أحمد المغربي ثم السيد زهير جرانة .

وزارة السياحة تختص أساساً بالرقابة ، فالديوان العام للوزارة يقع الآن في برج مصر للسياحة بميدان العباسية بالقاهرة يتكون من قطاعات تحت رئاسة وزير السياحة - قطاع الفنادق - وقطاع الشركات - قطاع للتخطيط وقطاع مكتب الوزير ، وقطاع الفنادق ويتبعه إدارات مركزية للفنادق والترخيص والمكاتب الداخلية - أما قطاع الشركات فيتبعه إدارة مركزية للشركات ، وإدارة مركزية للمحلات العامة - إما قطاع الرقابة فهو يختص بالرقابة علي الخدمات السياحية بالمحافظات .

هذا عن وزارة السياحة التي أنشأت في مصر لأول مرة عام ١٩٦٣ ، وللوزارة مكاتب في محافظات الإسكندرية - بور سعيد - الأقصر - الغربية - أسوان - شمال سيناء - جنوب سيناء - مرسى مطروح - الوادي الجديد . إلا

أن هناك تنظيمًا آخر سبق ذلك وهو إنشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بالمحافظات السياحية بالقرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ وقد نص هذا القرار علي أن تنشأ في كل محافظة سياحية هيئة تسمى هيئة تنشيط السياحة تكون لها الشخصية الاعتبارية ، وتحدد المحافظات السياحية بقرار من وزير السياحة .

وتشكل هذه الهيئة برئاسة المحافظ ، وعضوية كل من مدير الأمن بالمحافظة ، أو من يندبه ، ومدير عام مصلحة الجمارك أو من ينيبه ، وستة أعضاء ترشح كل من الهيئات التالية عضواً منهم :

- ١ - الغرفة التجارية .
- ٢ - أربعة أعضاء عن الغرف السياحية الأربع ، الشركات السياحية ، والمنشآت الفندقية ، والمحال العامة السياحية ، ومحال بيع العاديات والسلع السياحية .
- ٣ - اتحاد شركات الطيران .

وتكون مدة عضوية هؤلاء الأعضاء الستة سنتين ، ويتم تعيينهم بقرار من وزير السياحة ، فإذا لم يوجد ممثلون بالمحافظة السياحية لهذه الهيئات ، يستكمل العدد من المعنيين بشئون السياحة في المحافظة بقرار من وزير السياحة بناء علي اقتراح هيئة تنشيط السياحة بالمحافظة .

### اختصاصات الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة :

تختص الهيئة بالآتي :

١. دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياحياً وتحسينها ولجذب السياح إليها وجعل إقامتهم فيها مريحة وسهلة .
٢. وضع تقويم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة لتنشيط السياحة فيها .
٣. رفع المستوي الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة .
٤. تنشيط السياحة والدعاية للمحافظة فني السداخل والخارج بإقامة المعارض والمهرجانات وغيرها من وسائل الدعاية سواء بالنشرات أو الإذاعات المحلية أو

غير ذلك .

٥. دراسة تحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنية وغيرها ،  
مما يساعد علي تنشيط السياحة في المحافظة .

٦. اقتراح فرض رسوم لتنشيط السياحة في المحافظة .

وتكون قرارات الهيئة الإقليمية نافذة ما لم تعترض عليها وزارة السياحة .  
وتلتزم الوزارات والمصالح الحكومية والمجالس المحلية أن تعطي الهيئة البيانات  
التي تطلبها وتكون متعلقة بالمسائل الداخلية في اختصاصها .

وفي عام ١٩٨١ روي إنشاء هيئة عامة لتنشيط السياحي بجوار  
الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بالمحافظات ، أصدر القرار الجمهوري رقم  
١٣٤ لسنة ١٩٨١ بإنشاء الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحي ومقرها القاهرة ،  
وتهدف إلى رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية في مصر ، وإبراز  
الصورة الحقيقية لماضي مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتها السياحية  
المختلفة ، والعمل علي إزالة المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية وتشجيع  
السياحة الداخلية ، وزيادة الوعي السياحي وربط المواطنين بترائهم .

ولا توجد الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة إلا في المحافظات السياحية  
فعلي سبيل المثال معظم محافظات الدلتا كالغربية والمنوفية وكفر الشيخ ودمياط  
والبحيرة وكذلك معظم محافظات الصعيد كبنى سويف وأسيوط وسوهاج وقنا لا  
توجد بها هيئات إقليمية .

### أوجه نشاط الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة :

لتحقق الهيئة رسالتها فإنها تبشر الأنشطة التالية :

١. وضع تقويم شامل للمقومات السياحية المتوافرة في مصر .
٢. وضع خطط وبرامج تنشيط السياحة .
٣. القيام بجميع وسائل الجذب السياحي إلى مصر في الداخل والخارج بكافة  
الطرق.

٤. تقديم المعونة الفنية والتسويقية والتعاون والمساهمة مع الشركات والمنشآت في مجال تنشيط السياحة .

### **مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي:**

ويشكل مجلس إدارة الهيئة برئاسة رئيس المجلس الذي يعين بقرار من رئيس الجمهورية بناء علي ترشيح وزير السياحة ، وعضوية كل من :

- ﴿ أحد وكلاء وزارة السياحة يختاره وزير السياحة .
- ﴿ أحد وكلاء وزارة النقل يختاره وزير النقل .
- ﴿ رئيس هيئة الطيران المدني .
- ﴿ أحد وكلاء وزارة الثقافة أو أحد رؤساء هيئاتها يختاره وزير الثقافة .
- ﴿ رئيس غرفة للشركات السياحية .
- ﴿ رئيس غرفة المنشآت الفندقية .
- ﴿ رئيس غرفة محال بيع العاديات والسلع السياحية .
- ﴿ ثلاثة أعضاء من الشخصيات المعنية بالنشاط السياحي يختارهم وزير السياحة لمدة عامين قابلة للتجديد .

### **الموارد المالية للهيئة العامة للتنشيط السياحي :**

تتكون موارد الهيئة من :

- ١ - الاعتمادات التي تخصصها لها الدولة سنوياً في الموازنة العامة للدولة .
- ٢ - الموارد المتاحة الناتجة عن مباشرة الهيئة لنشاطها .
- ٣ - القروض المحلية التي تعقد لصالح الهيئة .
- ٤ - الإعانات .

ويكون للهيئة موازنة مستقلة تتبع في وضعها القواعد المعمول بها في المشروعات التجارية ، وتبدأ السنة المالية للهيئة ببداية السنة المالية وتنتهي بانتهائها .

ولعل ما سبق أن أوردناه في كتابنا الصادر في عام ٢٠٠٢ تحت عنوان

السياحة - قديماً وحديثاً في مؤلفنا الإسكندرية روعة وعطاء - يوضح ما نريد توضيحه في هذا المجال .

فقد كان الإنسان ينتقل من مكان إلى مكان سعياً وراء مأكله ومشربه له وإدابته وأغنامه ، فكان ينتقل من المكان القل إلى المكان الخصب ، وكان يختار الأماكن المنوعة لسكنه ، حتى يأمن هجمات الوحوش - وأن يقطع المسافات الطويلة ليصل إلى موارد المياه للشرب أو لأماكن الصيد - ولم يكن هناك وسائل للسفر والانتقال سوى السير على الأقدام بكل ما فيه من قسوة ومشاق ومخاطر ، فإذا اعترض الإنسان نهراً أو بحيرة أو بحراً لم يكن أمامه سوى جنوح النخيل والأشجار يركبها ويدفعها مع التيار ، وكان يحلو للإنسان أحياناً أن ينتقل لاستكشاف الأرض التي تحيط به .

ولم يكن عنصر الوقت في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن - وكان المسافر عندما يرتب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء ، في الطعام والملبس والسلاح والدواب ورفقاء الطريق - بل كان يودع أهله حيث كان اللقاء بعد الرحلة شبه مستحيل .

ولم تكن هناك طرق بعيدة يخترقها المسافر سراً على الأقدام أو على ظهر دابته ، فكان يخترق السهول والوديان ويعتلي قمم الجبال للوصول إلى غايته - كان الإنسان ينتقل على سجيته لا تحده حدود أو تعوقه قيود ، وكانت جميع أهدافه فردية ، وليس في حيازته من وسائل السفر سوى قوته للجسمانية أو دابته ، فكان يخترق ولم يكن مقيداً بوقت ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو دراسة ، ولم يفكر أحد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع ، وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ، ولم يظهر لها أي تعريف في هذا العصر سوى أن السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان تهدف إلى إشباع رغبته واستيفاء لاحتياجاته الشخصية .

ويقول الأستاذ سيد موسى رئيس الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة الأسبق والخبير الدولي في السياحة أن كلمة السياحة في اللغة العربية تعني . ما



ويقول علماء اللغة - السياب الماء وانطلاقه علي موجب طبيعته ثم توسع في الدلالة فأصبحت تعني الضرب في الأرض والسعي في ملكيها .

وأن تاريخ البشرية يسجل أن من أوائل المهن التي اهتمها الإنسان كان حرفتا الصيد والرعي وكنائهما مما يعتمد من الدرجة الأولى علي الانتقال من مكان إلي آخر - وأن التثقل في هذه الحالة كان تأكيداً لسعي الإنسان وراء للرزق الأوفر الذي يتوافر عادة مع المناخ الأنسب .

ويسجل تاريخ البشرية أيضاً أن للتجمعات البشرية التي نشأت وتجاورت فيما بينها - لم تثبت أن وجدت حاجة لإقامة علاقات وإجراء مبادلات كانت تحتاج بالضرورة للتنقلات فيما بين هذه التجمعات ، وقد أسفرت هذه العلاقات والمبادلات عن اندماجات واتساع رقعة وعدد سكان كل تجمع ، وتلبي هذه الاندماجات اتجاهات وحدوية ، أسفرت في النهاية عن نشوء دول بالمفهوم الذي تستظم به هذه الكلمة الآن ، ولعل من أول الدول التي نشأت في العالم نتيجة للاندماجات والوحدة كانت مصر التي وحدها ميناً منذ آلاف السنين قبل الميلاد ويروي لنا تاريخ البشرية العديد من الأسباب أو ما نسميه حالياً بالدوافع وراء الانتقال - فمن البدايات الأولى كان طلب العلم - علي سبيل المثال من أبرز دوافع الانتقال وهو ما نراه قائماً حتى الآن .

ونجد أن اليونانيون الأقدمين كانوا يفتنون للدراسة واكتساب العلم في المراكز العلمية في مصر ، وخاصة مكتبة الإسكندرية - كما كان الرومان يدرسون لدي اليونانيين.

وخلاصة القول في هذا الأمر أن السباحة علي نحو ما تعني باستخدام هذه الكلمة الآن هو نوعية متخصصة من ممارسة فطرية للإنسان تنفيذ تكليف إلهي له بالسعي في الأرض التي خلقها له الله ليستخلفه فيها ، وليتولى مسئولية عمارتها ، وأن هذا التكليف الإلهي بالسعي في الأرض وعمارتها هو المسئول عن تسلسل حلقات حضارتها إلي أن يرث الله الأرض وما عليها .

وكذلك الإنسان في الماضي ينتقل في رحلة الحج ، وهي رحلة نجد جنورها في كل الأديان السماوية - وكانت تستغرق في الماضي وقتاً طويلاً قد يمتد إلى شهور - وبداية أنه خلال هذه المدة كان يتوقف في نقاط معينة - أصبحت بمرور الوقت متكررة - وأصبحت تمثل مراكز تجمع ونقاط توقف اعتيادية ، رغم أنه لا صلة لها بالشعائر الدينية وأصبحت جزءاً من الأراضي للمقدمة.

ولعل هذه المراكز والنقاط هي أول مراكز السباحة يمكن أن يطلق عليها Resort Centres يكون التوقف فيها للراحة والترويح واستعادة اللياقة البدنية .

إلا أننا إذا انتقلنا من هذا العهد البعيد والعصر المسحوق نجد أن كلمة السباحة بمفهومها الحالي والحيزاً منا للإسكندرية ، بدأت في الإسكندرية ، فقد وضع الإسكندر الأكبر حجر الأساس لمدينة الإسكندرية عام ٣٣٢ ق . م ولم يمض له إلا بضع سنين حتى أصبحت المدينة - وفي عهد الفراعنة كانت مدينة طيبة تعرف باسم " نو " أي المدينة ، أما في العصر الإسلامي فلبن يثرب وهي مثنى الرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم تعرف باسم المدينة المنورة ، ولم يحل عام ٢٠٠ ق . م حتى أصبحت الإسكندرية لكبر مدينة في العالم المعروف ولم تقف روما إلا فيما بعد حيث بلغ عدد سكانها ما يقرب من مليون نسمة .

وفي ملحوظة دوت علي بردية كشف عنها حديثاً ادعى أحد المتحمسين أن الإسكندرية هي الدنيا - فالأرض قلطية هي أرض المدينة والمدن الأخرى ليس إلا قراها.

ولم تكن الإسكندرية والأراضي التي تحيط بها تعتبر جزءاً من مصر ، بل كانت تعد مجاورة لها ، ولذلك نجد في الأوراق البردية أن القماماء كانوا يتحدثون

عن القيام بسياحة من الإسكندرية إلى مصر ، وهذه العبارة غاية في الأهمية .

وأهم المعلومات التي تعتبر من الدرجة الأولى عن المركز الرئيسي الذي كانت تشغله مدينة الإسكندرية ، وهو ما رواه الجغرافي (سترابون) وذلك لأنه زار المدينة وتقدأحياتها ، وساح في وادي النيل في حاشية صديقه الشخصي (اليوس خاليوس) وهو ثالث حاكم لمصر في عهد أغسطس قيصر أي في أوائل القرن الأول الميلادي .

وهذا ويطيب أن نذكر أن أحد أصدقاء الإسكندر ويدعي (نيركوس) قد كان قائد أسطوليه وصديق طفولته ، كتب كتاباً عن سياحته قبل عام ٣١٢ ق . م ويعتبر كتابه أصدق مؤلف سردت فيه الوقائع بأمانة باللغة الإغريقية ، فقد كتب عن سياحته في نهر السند وعبر المحيط الهندي إلى نهر الفرات وقد وضع مؤلفاً عن تجاربه ، ويمتاز هذا المؤلف بدقة الملاحظة وصواب الحكم .

ثم أننا إذا انتقلنا بعد ذلك بـ عدة قرون نجد أن القرآن الكريم قد أورد في الآية الأولى والثانية من سورة قريش ( لإيلاف قريش إيلافهم رحلة الشتاء والصيف ) فهذه أول مرة يذكر في كتاب مقدم كلمة رحلة ، ثم أصبحت الرحلة المفضلة لدى المسلمين كافة هي رحلة العمرة والحج ، وهو أحد أركان الإسلام - إلا أن الأستاذ سيد موسى يذكر في مذكراته عن السياحة لدولية والسياحة الداخلية أنه علي الرغم من الصعوبة البالغة في تحديد اللحظة التي بدأت فيها " السياحة " بالمفهوم الحالي لهذه الكلمة - الانتقال لغير أغراض الكسب المادي أو ترتيب إقامة دائمة - فإن بعض الذين عاوا بتاريخ السياحة يذهبون إلى أن أول من ينطبق عليه وصف السائح علي النحو الذي نعنيه الآن هو قسيس إنجليزي من يورك اسمه لورانس سندن الذي قلم عام ١٧٦٥ برحلة إلى فرنسا لدراسة الكيترائيات وغيرها من الآثار ونشر عام ١٧٦٨ كتاباً شهيراً في أدب الرحلات وأسماء " الرحلة للعاطفية " sentimental journey وصف فيه مباحج التجول مستخدماً اللفظ الإنجليزي Touring .

وينكر هؤلاء المؤرخون كذلك أن استخدام كلمة Tour ظهر أيضاً في

مقال لصحفي فرنسي اسمه ليتر نشره عام ١٧٩٩ ، ألا أنهم يختارون يوماً آخر بعد تاريخ كتاب سندن بحوالي ٧٣ عاماً وبعد نشر مقال ليتر به بحوالي ٤٢ عاماً ليؤرخوا به البداية الحقيقية لمولد السياحة كممارسة منظمة تقوم علي أسس علمية وهو يوم ٥ / ٧ / ١٨٤١ عندما قام الإنجليزي توماس كوك باستئجار قطار ونقل عليه ٥٧٠ ركاباً من ليستر إلي يورك والعودة ، محققاً من وراء ذلك ربحاً طيباً - وتلك كانت أول رحلة منظمة تم الإعلان عنها في العالم ، وتسجل بها مولد السياحة للمنظمة ومولد شركات السياحة في نفس الوقت ، ونحن الآن وبعد مضي أكثر من قرن ونصف قرن من الزمان - نستطيع أن نقين القفزات للكبار التي حققها هذا النشاط الذي بدأ يطبقه مئات الأفراد وأصبح الآن يتعامل مع عشرات الملايين منهم الذين أصبحت زيارتهم تعد بالبالين . كما نستطيع أن نتيين بنفس السهولة أن هذا النشاط بدأ بما نسميه نحن الآن السياحة الداخلية - وفي داخل نطاق دولة واحدة من مقيمين بها - ولتشر حتى كاد أن يغطي العالم أجمع .

#### الوظائف المختلفة للتنشيط السياحي :

ليس هناك أي خلط بين اختصاصات هيئات التنشيط سواء كانت الهيئة المصرية العامة أو الهيئات الإقليمية - فالهيئتين لهما اختصاصات محددة وردت في قوانين إنشائها ولوائحها - فالإختصاص هو ما يقوم بتنفيذه العاملون في مجال التنشيط أما الوظائف فهي ما يتركب على ممارسة الاختصاصات المحددة في اللوائح والقوانين وسوف تستعرض هذه الوظائف والتي يمكن أن نوجزها فيما يلي :

الوظائف الفكرية - الوظيفية التنفيذية - الوظيفة السياسية - الوظيفة التنظيمية - الوظيفة الاجتماعية - الوظيفة الاقتصادية ، وقبل أن نبعث أن نبعث في هذه الوظائف أن نعرض لها سوف نورد الاختصاصات ، وهذا ليس بحثاً في التشريع أو اللوائح القانونية لسيرد هذا في موقع آخر ، وبدائية نعرض لاختصاصات الهيئات الإقليمية أولاً فهي السابقة حيث صدر القرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ أما الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي فقد أنشئت بالقرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ .

تختص الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة بما يلي :

١. دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياحيا وتحسينها واجتذاب السياح إليها وجعل اقامتهم محببة وسهلة .
٢. وضع تقييم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة للتنشيط السياحي فيها .
٣. رفع المستوى الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة .
٤. تنشيط السياحة والدعاية للمحافظة في الداخل والخارج بإقامة المعارض والمهرجانات وغيرها من وسائل الدعاية سواء بالنشريات أو الإذاعات المحلية أو غير ذلك .
٥. دراسة تحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنية وغيرها مما يساعد على تنشيط السياحة في المحافظة .

وتختص الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي بما يلي :

لتحقيق الهيئة رسالتها فإنها تبأشر الأنشطة التالية :

١. وضع تقييم شامل للمقومات السياحية المتوفرة في مصر .
٢. وضع خطط وبرامج تنشيط السياحة .
٣. القيام بجميع وسائل الجذب السياحي إلى مصر في الداخل والخارج بكافة الطرق والأساليب .
٤. تقديم المعونة الفنية والتسويقية والمساهمة مع الشركات والمنشآت في مجال تنشيط السياحة .

وبمطالعة الاختصاصيين نجد أن الاختصاصات المنوطة بالهيئات الإقليمية قد تفوق تلك المنوطة بالهيئة المصرية العامة - ونستعرض الآن الوظائف كالتالي :

١. الوظيفة الفكرية .. ورد في اختصاص الهيئات الإقليمية العبارات الآتية 'دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية ، اجتذاب السياح وجعل اقامتهم محببة وسهلة ، وضع تقييم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية

والجغرافية ، رفع المستوى الفني والوعى السياحي ، وحيث أن الوظيفة الفكرية أساسها التعرف على مختلف أنماط التفكير الإنساني الذي بدوره يوسع في عمليات التأثير والتأثر - وتنمية ملكات التفكير ، فالعاملون في التنشيط السياحي عليهم أداء وظيفة فكرية تتلخص في دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية وهذا يؤدي بهم إلى أعمال الفكر في كيفية التفكير للاستفادة من دراسة النواحي الطبيعية والتجارية في عملية التنشيط وكذلك وضع التقييم الشامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية وكيفية رفع المستوى الفني والوعى السياحي ولعل عمومية هذه الألفاظ هي قمة إسماع المجال لأعمال الفكر وتم تطبيق هذه الاختصاصات وتفعيلها في هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية وسيكون لذلك موقع آخر في هذا المؤلف .

٧. الوظيفة الاقتصادية .. بالرغم من أنه لم يرد سواء في قانون الهيئات أو لاحتمال أن لها أهداف ربحية أو كسب مادي ولكن لها أن تقسيم الممارض أو إنشاء المصايف أو المشاتي وعيون المياه المعدنية وتستطيع أن توفر دخلا من خلال ممارستها لهذه الأنشطة يضاف لميزايتها ولكن الوظيفة الاقتصادية هنا أن عملية التنشيط وجذب السياح وتوفير العملة الصعبة هو قمة هذه العملية برمتها وتحسين الدخل القومي هو الوظيفة الهامة التي ينشط بها العاملون في التنشيط السياحي فإقامة المهرجانات والمشاركة في إعداد وتنظيم المؤتمرات والمشاركة في المهرجانات الرياضية - كل ذلك يصل بنا إلى أن التنشيط السياحي له وظيفة اقتصادية هامة في الدولة .

٣. الوظيفة الثقافية .. تتجسد هذه الوظيفة في تزويد الناس بالمعلومات والمعارف الخاصة بالإقليم أو المدينة التي يمارس فيها العاملون في التنشيط فوضع تقييم شامل من الناحية التاريخية والجغرافية ودراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية هو نوع من التثقيف وتصريفهم بتاريخ بلدهم وجغرافيتها وحالتها الطبيعية والتجارية وهي أمور من الأهمية للناحية الثقافية للمجتمع فهذه الوظيفة تعمل على تصاند وتكامل المجتمع ومعرفة بكل

#### خصائص مجتمعهم .

٤. الوظيفة الميامية .. هذه الوظيفة تأتي من تفعيل النص الخاص بالدعاية في الدخل والخارج سواء بال نشرات أو الإذاعات ويضاف إليها الآن التلفزيون حيث أن صدور هذه اللائحة لم يكن التلفزيون قد بث برامجه وأيضاً ما أمدتنا به المخترعات الحديثة والتكنولوجيا المتطورة من الانترنت والـ C.D وما قد يأتي بعد ذلك ولعل ذلك يوري الحكمة من النص في اللائحة التي قررت "أو غير ذلك" وعقد قيلم العاملون في أجهزة التنظيم بممارسة الخاصة بالدعاية في الدخل والخارج فإنهم يساهمون في تشكيل وتوحيد الرأي العام تجاه العمل السياحي وبالنسبة للخارج فإننا نواجه الدول والمجتمعات الخارجية ونعرض عليهم ما نمتلكه ونقرب إلى أذهان هذه المجتمعات أسلوب حياتنا وطريقة تفكيرنا ومن خلال بعثاتنا الدبلوماسية والمنظمات والمحافل الدولية - نستطيع أن يكون للسياحة دوراً هاماً في علاقتنا بالخارج .

٥. الوظيفة التعليمية .. تتجسد هذه الوظيفة في كونها عملية تفاعل اجتماعي واسع النطاق بين العاملين في التنظيم وفتات المجتمع المختلفة وخاصة الطلاب الجامعيين والتلاميذ في المدارس وإلقاء المحاضرات في هذه المجتمعات فهي لخذ وعطاء وفعل ورد فعل وتعليم وتعلم ، والهدف النهائي هو إحداث تغيير أو تعديل في السلوك المجتمعي تجاه السياحة فتزويد الطلبة أو الهيئات المجتمعية المتواجدة في النوادي أو الهيئات المختلفة بالخبرات السياحية والمواقف المختلفة والتراث الثقافي فهذا أمر يساعد على إحداث التواصل للمعرفي بين مختلف الفئات وبين العاملين في التنظيم ولا نعي هنا بالوظيفة التعليمية أن يقوم هؤلاء العاملون بالتعليم - ولكن المقصود هو إيصال المعلومة السياحية والتاريخية والأثرية والحضارية إلى المجتمع بكافة الوسائل من أفلام فيديو إلى النشرات والكتيبات والمجلات والكتب الشيقة التي تشبع رغبة الطاقة في الحصول المعلومة السياحية بكافة الوسائل .

٦. الوظيفة الحضارية .. هذه الوظيفة هي التي نتمنى أن تكون أكبر مساهم في

إحساس السائح بالانطباع الجيد الذي يحمله معه بعد إتمام زيارته لبلدنا - فالنظافة ، وانتظام المرور ، التجميل ، التشجير ، تعميق الوعي السياحي لدى العاملين بالمطارات والجوازات ، وكل هذه الأمور تكون مؤشرا إما إيجابيا أو سلبيا ، واختصاصات الهيئات الإقليمية لو تم تفعيلها وتنفيذا لجعل إقامة السياح محبة وسهلة أليس من المستحب للسائح أن يشعر أنه في مدينة نظيفة أو ليس من المهم انتقال السائح بيسر من مكان إلى آخر أنها جملة بمسبطة تحمل معاني كثيرة ولها وظيفة لو أردنا بحثها بكل دقة لامتدت لها صفحات وصفحات وقد كان للإسكندرية دور هام في هذه الوظيفة ، ففي النصف الثاني من ثمانينات القرن الماضي أوكل لهيئة تنشيط السياحة للتعاقد مع شركة نظافة مصرية أحت دورا رائعا في جعل مرآة المدينة وهي طريق الكورنيش والشواطئ لامة ونظيفة وحينما أوكلت هذه الوظيفة للمطبات تم وأدها في مقابر البيروقراطية والروتين والفساد والتشجير والتجميل وإضاءة الأماكن الأثرية والسياحية لهم وظيفة هامة في الرقي الحضاري وهو من أهم وظائف تنشيط السياحة في أي محافظة سياحية بمصر .

### فعالية تشريعات تنشيط السياحة :

لكل دولة مصادرها التشريعية الخاصة تبعا لظروفها التاريخية والسياسية والاجتماعية والدينية والثقافية - والتشريع بصفة عامة هو التعبير عن الحاجة أو الضرورة التي تقتضي التدخل في الأمور التي يقتضيها هذا التدخل بالتشريع الملزم في تلك الأمور ، فالتشريع بمثابة الوسيلة لإصدار القرارات الحاسمة المتعلقة بتنظيم العلاقات والسلوكيات بين الناس بعضهم البعض من جهة وكذلك في علاقاتهم بمجتمعاتهم وبالدولة التي ينتمون إليها من جهة أخرى ، وتأسيسا على ذلك فإن التشريع عبارة عن قواعد تتضمنها القوانين التي تصدرها الأجهزة التشريعية بالمجتمع ، وهي مبادئ تستمد من الخبرات والظروف التي يعيشها المجتمع ، ونتيجة لما يعرض للمجتمع من مشكلات وحاجات تحتاج للتنظيم والتدخل التشريعي بل أنه في حقيقة الأمر مظهر من مظاهر سيادة الدولة على



رقعتها الجغرافية التي تتبعها والأفراد الذين ينتمون إليها والممارسة الفعلية لسلطانها لتنظيم كافة التصرفات والسلوكيات فيما بين الناس في علاقاتهم بالأجهزة وفي علاقة هؤلاء الناس فيما بينهم البعض وبين حقوقهم وبين واجباتهم . وللتشريع يصدر عن الجهاز المختص بسلطة تنظيم العلاقات في دولة ما بين المجتمع وأفراده ، وبين الأفراد بعضهم البعض عن طريق قوانين محددة تنظم كل جانب من جوانب العلاقات في المجتمع وذلك على أسس من الالتزام والإجبار بمقتضى ما للدولة من سلطة تفرضها على المجتمع الذين يخضعون لسلطانها في النطاق الجغرافي للمجتمع الذي تقوم عليه الدولة .

وربما يتسم التشريع بالجمود والتخلف عن مسايرة التطور الحادث في المجتمع - وهذا يمكن إدراكه في حالة تقاص السلطة التشريعية عن بذل الجهد اللازم لتعديلها وإجمالاً لمولجة تلك المآخذ لا بد من استقرار الواقع الاجتماعي بأبعاده ومتغيراته المختلفة بصورة مستمرة قبل وبعد صدور التشريعات ويمكن أن تكون هنا الصدارة للعلمين في كافة مجالات المجتمع ومنهم خبراء السباحة الذين بحكم تأهيلهم - ومواقعهم الوظيفية والمهنية بالمجتمع - يمكنهم تقديم كافة وسائل العون للسلطات المختصة بإصدار التشريعات بفضل احتكاكهم المباشرة وسبرهم لأغوار حركة السباحة واتجاهاتها والاقتصادية والثقافية بأبعادهما المتطورة والاستشرافية للمستقبل ، وهذا يؤهل السلطات المختصة على إصدار التشريعات التي تصف بالمرونة والملائمة لحاجات المجتمع المتطورة ، وبما يمكنها من التنبؤ في الوقت الملائم لتحديد أو إلغاء التشريع وهذا يجب علينا أن نوضح أن خبراء السباحة الذين بحكم تأهيلهم ومواقعهم الوظيفية والمهنية بالمجتمع لم يقدموا أو يقرحوا أو حتى طلبوا تحديلاً أو تعديلاً في نص أو حتى فقرة من فقرات النص التشريعي الخاص بتنشيط السباحة الأمر الذي يؤكد أن هذه النصوص والتي صدرت سواء من خمسين عاماً بالنسبة للهيئات الإقليمية أو ستة وعشرون عاماً بالنسبة للهيئة المصرية العامة لتنشيط السباحي - هذه النصوص لاقت الاستحسان ووجد العاملون في هذين التشريعين ما يسهل لهم عملهم وما يتيح لهم العمل بعيداً عن التعقيدات الروتينية والقواعد المالية المحبطة والتي تستلزم موافقات من

الصعب الحصول عليها في حال تدخل التشريعات المالية الحكومية ونقصد هنا الموافقات المسبقة من الإدارات المالية الحكومية - وهذا الأمر منعرض له بالتفصيل عند مناقشة لائحة أو اللوائح الخاصة باختصاصات الهيئتين أما يجب أن نعرض له قبل الدخول في صلب اللوائح فهو نص المادة الأولى من القرار بقانون رقم ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ للمعدل بالقانون ١٦١ لسنة ١٩٥٩ والتي جاء بها تشأ في كل إقليم سلحي هيئة تسمى هيئة تنشيط السلطة تكون لها الشخصية الاعتبارية

....

وهنا يقول أسكنة القانون الإداري أن التنظيم الإداري يرد على هيئات وأجهزة إدارية مما يعني أنه يتكون من أشخاص معنوية عامة ، ولنا عنصرا نصادف الأشخاص الطبيعيين في هذا التنظيم ونعامل معهم - فإن ذلك التعامل لا يتم من لجهم شخصيا ولا تصرف لثراء إلى نواتهم وإنما يتم التعامل معهم باعتبارهم يمثلون أجهزة إدارية وهنا لابد من تحديد ماهية الشخصية المعنوية أو الشخصية الاعتبارية - فالشخصية القانونية التي يعترف بها القانون لمجموعات الأشخاص أو لمجموعات الأموال هي ما يطلق عليه الشخصية القانونية المعنوية أو الاعتبارية وذلك في مقابلة الشخصية القانونية الطبيعية التي يتصف بها الإنسان ، ويتم التعامل مع الشخصية المعنوية باعتبارها مجردة عن الأشخاص الطبيعيين المكونين لها أو عن العناصر المالية المكونة لها بحيث لا يضطر هؤلاء الأشخاص الطبيعيين للشركاء في تكوين الشخصية المعنوية إلى الاجتماع لإبرام التصرفات القانونية المتعلقة بهذه الشخصية - إذ يتولى الشخص المعنوي أو الاعتباري - من خلال من يمثله قانونا - إبرام هذه التصرفات دون حاجة إلى حضور الشركاء أو توقيعهم على التصرفات أو رفع الدعاوى للحصول على حقوقه أو المشول أمام القضاء في حالة مخالفة الشخص المعنوي أو الاعتباري وعلى ذلك فإن اكتساب الشخصية الاعتبارية للهيئات أنها أصبحت جزءا من السلطة الإدارية في الدولة فتكون له اختصاصاته الإدارية وله أن يبتشر وسائل القانون العام بما تتضمنه من امتيازات أو قيود عندما يمارس نشاطه المتصل بهذه الاختصاصات ، والشخصية المعنوية الإقليمية هي تلك التي تباشر اختصاصاتها في نطاق إقليم جنرافي محدد

لا يجوز تعديده على ذلك يتحدد اختصاص الشخص الاعتباري الإقليمي بثلاثة عناصر هي الإقليم الجغرافي وسكان هذا الإقليم والمقيم فيه ومدى الاختصاصات المقررة لهذه الأقاليم أو بالأحرى لتلك الأشخاص الإقليمية المختلفة أنواعها .

وعلى ذلك فاختصاص الشخصية الاعتبارية أن هذه الشخصية أصبحت جزء من السلطة الإدارية في الدولة فتكون له الاختصاصات الإدارية وإن يباشر وسائل القانون العام بما تتضمنه امتيازات أو قيود عند ممارسة النشاط المتصل بهذه الاختصاصات وبالرغم من أنه لم ينص في القرار الجمهوري رقم ١٣٤ لسنة ١٩٨١ على أن هذه الهيئة بها الشخصية الاعتبارية كما ورد في نص الهيئات الإقليمية إلا أنه يستفاد من النصوص المتعلقة بتشكيل مجلس إدارة الهيئة وأوجه نشاطها واختصاصات مجلس الإدارة أن هذه الهيئة تتمتع بكل المقومات القانونية للشخصية الاعتبارية - فترئيس مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتشغيل السياحي يعين بقرار من رئيس الجمهورية بناء على ترشيح وزير السياحة ويختص مجلس الإدارة بوضع السياسة العامة التي تدير عليها الهيئة وهو الذي يتولى إدارة شئونها ويمثلها في صلاتها بالأشخاص والهيئات الأخرى وأمام القضاء وهو نفس اختصاص رئيس مجلس إدارة الهيئة الإقليمية لتشغيل السياحة ونلاحظ أن اختصاصات كل من الهيئتين تكاد تكون متطابقة ففي الهيئة الإقليمية نجد أن اختصاصاتها دراسة المحافظة من الناحيتين الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سياسياً وتحسينها واجتذاب السياح إليها وجعل إقامتهم فيها محببة ومسهلة - بينما الهيئة العامة تهدف إلى رفع معدلات النمو في حركة السياحة الدولية إلى مصر وإبراز الصورة الحقيقية لماض مصر الحضاري ونهضتها الحديثة ومقوماتها السياحية المختلفة - والعمل على إزالة المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية وتشجيع السياحة الداخلية - وهو نفس اختصاص الهيئات الإقليمية الوارد في وضع تقويم شامل عن المحافظة من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون أداة لتشغيل السياحة فيها والاختصاص المشترك لكل من الهيئتين هو رفع المستوى الفني أو الوعي السياحي العام بالمحافظة بالنسبة للهيئات الإقليمية وهو بالنسبة للهيئة العامة - زيادة الوعي السياحي وربط المواطنين بترائهم وكما تطابقت

الاختصاصات - نجد أن هناك شبه نظامين في تشكيل كلا الهيئتين فالهيئات الإقليمية تشكل من المحافظ أو المدير (قبل وجود المحافظات بكل مصر ١٩٦١).

وأعضاء مجلس إدارة الهيئات الإقليمية هم مدير عام البلدية وحل محله الآن وكيل وزارة الإسكان - ومدير عام مصلحة الجمارك ومدير عام مصلحة السياحة - ومدير عام الآثار وحكمदार البوليس التابع له الإقليم أو من يندبه وأصبح الآن مدير امن المحافظة أو من يندبه ، ثم ستة أعضاء من الغرفة التجارية - غرفة الملاحة - اتحاد شركات الطيران وغرفة الشركات السياحية وغرفة الفنادق

أما أعضاء مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة فهم أحد وكلاء وزارة السياحة يختاره وزير السياحة وأحد وكلاء وزارة النقل يختاره وزير النقل ورئيس هيئة الطيران المدني وأحد وكلاء وزارة الثقافة أو أحد رؤساء هيئتها يختاره وزير الثقافة ورئيس غرفة الشركات السياحية ورئيس غرفة المنشآت الفندقية وثلاث أعضاء من الشخصيات العامة المعنية بالنشاط السياحي يختارهم وزير السياحة لمدة عامين قابلة لتجديد وهو نفس ما ورد في لائحة الهيئات الإقليمية وإن كانت لم تحدد عددهم .

وتكاد تتطلب طبيعة العمل في كلا الهيئتين فإن أهدافهما تكاد تكون واحدة وتشتركان مع وزارة السياحة في الهدف العام والمستفاد من نص المادة الأولى من القرار الجمهوري رقم ٧١٢ لسنة ١٩٨١ في شأن تنظيم وزارة السياحة والتي تهدف إلى تنشيط مرفق السياحة بوجهيها الداخلي والخارجي على النحو التالي :

١. تنشيط السياحة الخارجية .. وتهدف وزارة السياحة إلى تنشيط السياحة الخارجية لدعم العلاقات الإنسانية بين الشعوب والمساهمة في تنمية الدخل القومي وإظهار الصورة الحقيقية لماضي مصر ونهضتها الحديثة الشاملة لجميع شعوب للعالم .
٢. تنشيط السياحة الداخلية .. كما تهدف وزارة السياحة إلى تنشيط السياحة

للدخالية وإلى ربط وتعميق وعي المواطنين بتراث ونهضة بلادهم وارتباطهم بحضارتهم المعاصرة وذلك بالتخطيط العلمي للتنمية السياحية الشاملة وكذلك المشاركة الوطنية في صناعة السياحة وتعميق الترابط والتكامل بين مختلف القطاعات المتصلة بالعمل السياحي وبصفة عامة المشاركة في تنمية الاقتصاد القومي .

أما المادة الثانية من القرار الجمهوري الخاص بتنظيم وزارة السياحة فقد نص على الاختصاصات المقررة لوزارة السياحة فيمكن أن نوجزها فيما يلي :

١. رسم السياسة العامة للوزارة ووضع الخطط والبرامج العامة وإعداد للسياسات القومية للتنمية السياحية .
٢. الإشراف على مجالات العمل السياحي تحقيقاً للتناسق والتكامل بين القطاعات والأجهزة ذات العلاقة بالسياحة .
٣. جمع وتسجيل وتحليل البيانات الإحصائية المتعلقة بنشاط الوزارة .
٤. حصر الإمكانيات والمقومات السياحية بالبلاد لوضع للتخطيط الشامل لها .
٥. إعداد وإصدار التشريعات اللازمة لتنفيذ السياسة العامة لخطّة الوزارة مالياً وفنياً وإدارياً .
٦. التنظيم والإشراف على إعداد الاتفاقيات السياحية تحقيقاً للسياسة العامة والخطط المقررة .
٧. عقد الاتفاقيات الدولية وفقاً لأحكام القوانين المصرية وتحسين الصلات والعلاقات مع المنظمات والهيئات الدولية .
٨. تخطيط الإعلام السياحي وتوفير المعلومات اللازمة لتعريف السائحين بالمعالم القديمة والحديثة للبلاد ومناطقها السياحية وإقامة المعارض والمسابقات السياحية التي من شأنها تنشيط السياحة الخارجية والدخالية .
٩. عقد وتنظيم المؤتمرات واللقاءات الدراسية الدولية والمحلية المتصلة بشئون السياحة والمساهمة في أنشطة المنظمات الدولية .
١٠. إجراء البحوث والدراسات للتعرف إلى جوانب العمل السياحي ومتابعة تطوره

عالميا.

١١. إعداد الدراسات الأولية ودراسات الجدوى للمشروعات السياحية والترويج لها وجذب المستثمرين .

١٢. الإشراف على استقبال السائحين وتقديم الخدمات السياحية لتسهيل زيارتهم وتعرفها على معالم البلاد .

١٣. تعميق الروابط بين المؤسسات السياحية الوطنية والأجنبية لخدمة أهداف للتنمية السياحية .

١٤. الإشراف على إنشاء وتنمية المناطق السياحية والمنشآت وتوفير أماكن إقامة السائحين والترخيص لها بمزاولة نشاطها وتيسير احتياجاتهم وتشجيع إنشاء الفنادق .

١٥. الرقابة على المنشآت الفندقية والسياحية لضمان التزامها بالقوانين والنظم المقررة لها.

١٦. الإشراف والتوجيه على وكالات السفر والسياحة والنقل السياحي والمرشدين السياحيين .

١٧. إصدار التراخيص بمزاولة الأنشطة السياحية وفقا للنظم والقوانين المقررة .

١٨. الإشراف على المناطق السياحية واستغلالها .

كان ما سبق هو اختصاصات وزارة السياحة وإذا تعمقنا في اختصاصات الوزارة نجدها نفس اختصاصات الهيئات الإقليمية والهيئة العامة إلا أن الأخيرتين لا تختصان بما يلي :

١. إعداد واستصدار التشريعات .

٢. الرقابة على المنشآت الفندقية والسياحية .

٣. الإشراف والتوجيه على وكالات السفر ووسائل النقل السياحي .

٤. إصدار التراخيص بمزاولة النشاط السياحي .

وهذه الاختصاصات الأربعة الأخيرة يتولاها في المحافظات السياحية مكاتب وزارة السياحة الموجودة بالمحافظات وتمثل الوزارة في مباشرة هذه

الاختصاصات ما سبق كان مفاهيم ومفاتيح لمعرفة التشريعات التي تحكم التشغيل السياحي منذ نشأته الأولى عام ١٩٥٧ أو للنشأة الأكبر عام ١٩٨١ والتي نرى من خلالها ومن بين مسطورها الدور الذي يمكن أن تقوم به هيئات تنشيط السياحة ولو استعنا تعبيراً سياسياً فإلنا يمكن أن نقول أن هذه الهيئات يمكن لها أن تقوم بنشاطها بالحد الأقصى للممول أو حتى في الحدود الدنيا المأمونة وكل يعمل على قدر طاقته بحده الأقصى والممول إن أجاد واجتهد واستغل الطاقات الإبداعية والفكرية والتقنية واستعمل الإمكانيات الظاهرة البادية للعيان أو تلك الكامنة الموروثة وعاد للجذور ليستخرج من تشعبها تحت الأرض فائض القيمة الحضاري والتاريخي ليستعمله في أبهى صورة ويضع للنشاط السياحي في أبرع إطار ، ويقوم بتوظيف تراث الماضي لخدمة الحاضر وأن يتخذ من إمكانات الحاضر العلمية والتكنولوجية والتقنية للإظهار بعظمة الماضي - أما من لا يجتهد ولا يقترح زناد الفكر فليس أمامه إلا أحد طريقين الطريق الأسهل والأوفر وقتاً أن يتركه هذا العمل لمن يستطيع أن يؤديه في حده الأقصى الممول أما الطريق الآخر فهو أن يعمل في الحدود الدنيا المأمونة وهو هنا سيكون مجرد موظف يؤدي عملاً في إطار العمل المكتبي الروتيني الذي يستطيع أن يقوم به أي موظف تلقى قسراً من التعليم الجامعي ولم يضاف عليه أي مقدار من الفكر والثقافة والابتكار ولم يعط لعمله أقل القليل من روعة العطاء أو حتى العطاء الوافي بدون الروعة . وختاماً لهذا الجزء فقد هألنا ما طالعناه مؤخراً تحت عنوان "تجاه إلى إلغاء هيئة تنشيط السياحة" وموضوع الخبر يتحدث عن اجتماعات مغلقة بين وزير السياحة وكبار مساعديه لاختيار بديل لرئيس الهيئة العامة لتنشيط السياحة الذي رفض التمديد له في منصبه واستعراض أسماء بعض المرشحين أما الطلمة الكبرى فهو قول الجريدة "يأتي هذا وسط أقباء عن وجود اتجاه قوى لإلغاء هيئة تنشيط السياحة وتحويلها إلى قطاع بالوزارة - إن صح ذلك - ونعتقد أن هناك بعض المسؤولين من يركبهم شياطين الفكر لا ملائكته - فلن على مصر أن تنتظر خمسون عاماً لكي يصل القطاع الذي يفكرون فيه إلى ما وصل إليه العمل التنشيطي الآن .

## تفصيل الدوافع الايجابية لتنشيط السياحة :

والدوافع تمثل بعدا من أبعاد السلوك الإنساني ويختلف الناس فيما بينهم فيما يهدفون إليه في حياتهم وفيما يريدون فما الذي يدفع الناس إلى هدف معين كالسفر أو القيام برحلة مثلا فهذا يجب البحث عن أسباب هذا السلوك وإذا أردنا ذلك فلا بد وأن نرجع إلى علم النفس وقد يقودنا ذلك إلى الوصول لأفكار تتعلق بالسياحة سواء من ناحية السياح أنفسهم وأسباب ودوافع سفرهم أو حتى العاملون في النشاط السياحي ودوافعهم الايجابية لتنشيط الحركة السياحية .

ونتحدث أولا عن السفر للسياح - إذا رجعنا إلى نظريات الفلاسفة فسنجد أن هناك نظرية الدافع القطري وهذا الدافع القطري قد يكون قويا لدى شخص وضعيفا لدى شخص آخر وهذا الدافع القطري له ثلاثة خصائص :

١. نزعة الفرد إلى أن يدرك في الحال مجموعة من الأشياء التي يتصل بهذا الدافع .

٢. نزعته إلى الشعور بحالة انفعالية تتعلق بهذه الأشياء .

٣. القيام بسلسلة من الأفعال تتوقف عند التوصل لهدف معين .

وهناك نظرية الفيلسوف مازلو التي يرى فيها أن هناك حاجات فطرية وأن هذه الحاجات هي الرغبة في المعرفة والفهم والحاجات الجمالية .

لما الفيلسوف وودورث فهو صاحب النظرية الديناميكية وعلم النفس الديناميكي الذي يبحث عن الدوافع Motives وهو الذي مهد السبيل لهذا الاصطلاح فالإنسان له دوافع أو حاجات تشبع عن طريق النشاط الذي يقوم به ويضيف وودورث إلى نظريته بأن أي عملية من عمليات النشاط قد تتحول بعد أن تبدأ إلى دوافع وتستمد دافعيتها من نفسها حتى تتم ومن عناصر نظريته أيضا مفهوم الاتجاه Set والاتجاه في الموقف والاتجاه في الهدف وأن الإنسان يقوم بالنشاط لإشباع حاجته .

وهناك نظرية أخرى للفيلسوفين كار Carr وروبنسون Robinson وهذه



النظرية متعلقة بالتكيف توصف بأنها تتضمن دافعا مثيرا وموقف احساسى واستجابة أو نشاط يغير الموقف إلى إشباع الدوافع والشئ الخارجى الذى يشبع الدافع يسمى بالحافز Incentive .

أما للفيلسوف ايفين فهو يتكلم عن الميول والرغبات وهذه يسميها شبيه حاجات ولها ما للحاجات من مميزات .

إذا يمكن من خلال نظريات الفلاسفة المختلفين تعريف الدافع بأنه استعداد للسعي نحو إشباع معين وأن فكرة الدافع لدى بعضهم أنها عبارة عن مؤثر قوي يؤدي حتما إلى القيام بالفعل ، وأن أي مؤثر من الممكن أن يصبح دافعا إذا زادت معرفته . والدوافع ليست شيئا ماديا يمكن رؤيته مباشرة - إنما هي حالة في الكائن الحي وتستثار الدوافع بمؤثرات دخلية وخارجية وتؤثر قوة الدافع على الطريقة التي نرى بها العالم والأشياء التي نفكر فيها والأفعال التي نقوم بها ومن أهم آثار الدافع على السلوك هو اختيار الهدف فالدافع يؤثر تأثيرا على سلوك الفرد الوجداني والاجتماعي .

وبعد استعراض النظريات الفلسفية علينا أن نوظف ما لدينا من نظريات وأفكار فلسفية لصالح السباحة وأن يكون هناك إسقاط سياعي على نظريات فلسفية هامة ونخلص إلى تفصيل للدوافع لتنشيط السباحة وهنا ستكون هذه الدوافع إيجابية وإن نبتعد عما قد يكون دوافع سلبية .

فالدافع .. هو بعد من أبعاد السلوك . وهو اختلاف الناس فيما يهدفون إليه في حياتهم .

والدافع .. قد يكون فطري وقويا لدى شخص وضعيف لدى شخص آخر . والإنراك من الأشياء المرتبطة بالدافع والشعور بحالة انفعالية للوصول إلى هدف معين قد تكون الرغبة في الفهم والمعرفة والحاجات الجمالية .

والدافع .. لابد أن يكون له اتجاه في الموقف والهدف .

والدافع .. متعلق بالتكيف وهذه العملية تتضمن دافعا مثيرا وموقف إحساس وموقف نشاط واستجابة تغير الموقف من مجرد الإشباع إلى الحافز .

والدافع .. عبارة عن مؤثر قوى حتما إلى القيام بالفعل .

والدافع .. هو توجيه النشاط نحو غرض أو هدف معين .

وأخيرا .. الدافع يستثار بمؤثرات داخلية وخارجية .

فلذا جاز لنا أن نسلط ما لدينا من معرفة سياحية على هذه المسطحات الفلسفية فالسياحة هو سلوك من السلوك نحو هدف سياحي أو مكان سياحي ويجب أن نشجع هذا السلوك بأفكار جديدة تثير لديهم الرغبة في سلوك هذا الطريق وهذه الأفكار الجديدة لا تتوقف عند مجموعة معينة من الناس بل لابد من مخاطبة مجموعات مختلفة منهم من ناحية الفن فالكبار لا يستجيبون للأفكار التي يستجيب لها الأصغر سنا . والرجال يختلف الحال معهم عن النساء والرياضيون يختلف وضعهم عن المتقاعدون عن العمل والفنانون وذوي المشاعر المرفهة يختلفون عن أولئك المسطحون في أفكارهم ومشاعرهم - مع إحاطة للجميع بوسائل مبسطة نقودهم إلى فهم ومعرفة أشياء وأحداث ومعلومات لم يكن لهم بها معرفة من قبل من أحوال البلد المزار أو الذي تتجه إليه لزيارته وإبراز الجماليات الطبيعية والجغرافية والمناخية والحياتية لتكون دافعا لإتمام هذه الزيارة مع وضع حوافز مادية ومعنوية أو صحية أو ثقافية أو فنية مما يعد هذا الحافز أو ذاك مؤثرا للقيام بالرحلة أو الزيارة .

ونحن لا نختلف مع هذا الرأي بصورة كبيرة وإنما هنا هو تفصيل وجود كل هذه الآثار والتحف الرائعة ومتاحف وميلدين أوروبا وأمريكا للتنشيط السياحي إلى مصر ويوجد فكر تنبئه وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار بل تنبئه الدولة كلها ألا وهي إقامة المعارض الأثرية بالخارج سواء في اللوفر بفرنسا أو أوروبا أو بأمريكا - وهذا الفكر الذي ننادي به هو العزف بشدة على فيثارة وجود هذه الآثار بالخارج وانتسابها وأصلها المصري ويتم ذلك بتكثيف الدعاية سواء بالصورة الجميلة وأفلام الفيديو والمجمعات وأن توجد هذه الدعاية بكل التفاصيل والسفارات المصرية بالخارج وفي مختلف الدول وأن تدرج ميزانية مناسبة لهذه الدعاية مع عمل مسابقات ومن يفوز بها يحضر إلى مصر لزيارتها وأن يستغل الإعلام

السيحي بصورة قوية ومؤثرة وجود هذه الأثار بالخارج .

### الدوافع الايجابية للعاملين في السياحة والتشبيط ..

وهؤلاء جميعا يجب أن يكون لديهم الدافعية وليس مجرد الدافعية ولكن الدافعية الايجابية التي تحفزهم إلى النجاح وأول هذه الدوافع إيمانهم بعد الله سبحانه وتعالى بأن قضية السياحة قضية مصيرية ولأولية أولى لبذلهم أولا ثم لأنفسهم ولأهلهم فجنود النجاح تمثل الإيمان المطلق بالله ويأتي بعدها الانتماء للدين والوطن والقضايا التي تهم المجتمع وتسهم في رفعة وعلو شأنه والاعتقاد بصحة ما يعمل من أجله والدافع الرئيسي لكل من يعمل في النشاط السياحي هو دافع داخلي كفتته في نفسه وفي أفكاره ومنطقته وسلوكياته للصحة .

بعد الإيمان والانتماء والفتة تأتي المهارة - فكل إنسان يستطيع وفي مقدوره أن يكتسب مهارات جديدة وينميها ويصل إلى حد التميز بما اكتسبه من هذه المهارات وهذه المهارات لا تأتي من فراغ وإنما من خلال القراءات المختلفة والتي أصبحت محدودة للغاية ومن خلال البحث المستمر وحضور المؤتمرات والمحاضرات العلمية المقيدة ومشاهدة المواد الإعلامية بغرض تنمية الأفكار وإعمال العقل وتنمية القدرة الذاتية على الفهم والاستيعاب والتحليل ثم بعد ذلك تقول ما تم اكتسابه من مهارات وتحديد هدفه بشكل دقيق واتخاذ ما يلزم لتنفيذ أهدافه بالإصرار والالتزام مع الاستمرارية فالاستمرارية والإصرار والالتزام إخوة لشقاء لا يجوز التنازل عن أي منهم لتحقيق النجاح - فالالتزام بالهدف المحدد يخلق داخل الإنسان إصرار على تنفيذه ويستمر في محاولاته حتى وإن لم يضاف للنجاح من المرة الأولى فذاك معوقات وعقبات يمكن أن يتخطاها وذلك بالمرونة في الفكر ومن خلال مرعة إدراك التغييرات وأسباب المعوقات والعقبات وتحويل مسار الفكر إلى الاتجاه الملائم لتنفيذ الأفكار ومن خلال الصبر للوصول إلى طريق يقود للنجاح متخطيا الاحباطات التي تأتي من آخرين قد لا يملكون إلا رغبة الطعن وعدم الموافقة دون إبداء أسباب موضوعية وحتى عدم مناقشة صاحب الفكرة في أفكاره والانفتاح العقلي على ما يديه فالتخيل الابتكاري هو قوام الأعمال

غير التقليدية أو النمطية لأن التخيل أقوى من المعرفة وذلك لأن المعرفة تستمد قوامها من الماضي أما التخيل فيجمع بين المعرفة المتراكمة في الماضي من قراءات ومعلومات وبيانات وأفكار سابقة وبين الطموح الفكري الذي يختار الحدود الزمنية في اتجاه المستقبل - وبذلك تصبح قدرة الإنسان على تخيل شكل النجاح دائما قويا لإدراك هذا النجاح - وإذا حدث ولم يوفق الإنسان وسقط فليسقط على ظهره لكي يرى للكون من حوله ويرى ما لم يستطع أن يراه من قبل فبالسماه ستكون مفتوحة أمامه . أما إذا سقط على وجهه فلن يبصر إلا التراب وحتى بعد أن يقوم فلن يرى ما حوله بوضوح إنما بغشاوة على عينيه - ومن المؤكد أن كل من يعمل مبتغيا وجه الله سبحانه وتعالى وواضعا نصب عينيه صالح النوطن والصالح العام سوف يكافأ وقد لا تكون هذه المكافأة في الحال وإنما في المال فالله لا يضع اجر من أحسن عملا .

### أوجه القصور في التنشيط السياحي (الأسباب والعوامل) ..

كل العالم شرقا وغربا شمالا وجنوبا حاليا ومستقبلا ومنذ آلاف السنين كلهم مهوون بالحضارة المصرية القديمة ومازالوا يكونون لنا كل احترام بسبب هذه الحضارة العظيمة - ومع ذلك فإن أحفاد هذه الحضارة لا يبدون القدر المناسب من الاهتمام - مع أن جذور الإنسان - أي إنسان هي التي تدعم كيانه وتحافظ على تماسكه واستمراره . فجنورنا تضرب بعقب في تاريخ البشرية وتتوغل حتى تصل إلى أعماق الأعماق وشهود هذا العمق ظاهر على السطح وهو ليس ظهورا طفيفا خفيفا إنما ظهور طاع كبير مهول فماذا لكبر من الأهرامات ومذا أبداع من أبو الهول ومذا أروع من معابد الأقصر بل ماذا لأجل من صفحة النيل في تمسياه من الجنوب إلى الشمال حاملا معه الخير للبشر ويحمل فوق سطحه الرقراق البواخر النيلية تمخر عباب أمواجه للهائلة نوما بل والمراكب الشراعية ورحلاتها النيلية وتلك للحضارة اليونانية الرومانية وتلك للكنز الهائل من الكنائس المسيحية وتلك المآذن التي تروى إلى السماء مسجبة بحظمة الله وجمال التاريخ الإسلامي وروعه على أرض مصر - أكل ذلك الذي لا يوجد في أي مكان آخر في العالم ونحن

مازلنا نحبو نحو ملايين من السياح لم يصل إلى سبع عدد السكان بينما أسبانيا فاق عدد زوارها تعداد سكانها .

لم نمتعل كلمة معوقات التنشيط السياحي فالمعوقات هي التي تمنع الساعي إلى هدف من الوصول إلى هدفه ولكننا فضلنا كلمة القصور وهي تعيد معنى البطء في الحركة والقصور الذاتي هو قصور الجسم من تغيير حالة سكونا كانت أو حركة بسرعة منتظمة في خط مستقيم فالتنشيط السياحي لم يتخذ سرعة منتظمة للوصول للهدف المأمول أو المرجى وإنما يتحرك ببطء ، ولهذا البطء أسباب ولهذه الأسباب حلول وهي كفيلة بإلغاء أسباب القصور ونعرض هنا لبعض وليس لكل أسباب القصور في تنشيط الحركة السياحية لمصر بالرغم مما لديها وإن نتعرض للاهم منها فالهمم - فقد يرى البعض أن أمرا ما أهم من الآخر ولكن المحصلة في النهاية أن كل سبب من أسباب القصور يجب البحث له عن حلول وهذه هي محصلة ما ارتأيناه من أسباب القصور .

#### ١. قصور دور أجهزة السياحة الرسمية عند إعداد وتخطيط وتنفيذ الحملات الدعائية ..

المنصف هو من يتقد نفسه موضوعيا قبل أن يوجه مهام النقد للآخرين وهذا النقد ليس مقصودا به اتهام بالتقصير أو إهمال أو عدم القيام بالعمل بالهمة المطلوبة ولكنه تحليل موضوعي لسبب من أسباب القصور للوصول إلى نتائج مرضية - فالمعلوم والواضح أن المنتج السياحي المصري وفير وثرى وهذه الوفرة والثراء تستلزم أيضا وفرة وثراء في الإعلان عنها وتقديمها للجمهور سواء كان الخارجي أو الداخلي التقديم المناسب لمكانتها لأن السائح عند اتخاذ قرار زيارة بلد ما فإنه يقوم بعمل مقارنة ومفاضلة بين مميزات وخصائص كل بلد أو منطقة وهذه المفاضلة أو المقارنة لابد وأن تكون مبنية على معلومات أكيدة ودعاية صحيحة وحسب تعريف الدعاية للدكتور محمد عبد القادر حاتم أنها فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير ولترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الأعمال أو السلوك - وعند الحديث عن الدعاية فإن فيليب كوتلر وضع مبادئ جديدة بالملاحظة وهي البحث عن أفكار جديدة لدعاية والتخطيط لوسيلة الدعاية المناسبة

مع التنسيق بين هذه الوسائل سواء كانت صحفية أو إذاعة أو تليفزيون أو وسائل أخرى مع ضرورة تحديد هدف الدعاية والقطاع الذي يوجه له وفي الوقت المناسب لإظهاره أما دونالد جينز فهو من أول من نادى بأن الأحداث الخاصة والمهرجانات تعتبر وسيلة دعائية هامة فتتطلب المعارض الدوائية والأولمبيات أو المهرجانات الوطنية تعتبر جزءاً لا يتجزأ من التنمية السياحية ويدخل في ذلك الخطط التسويقية التي تسعى الدولة إلى تحقيقها .

والنشاط السياحي في مصر يقوم تحت مظلة وزارة السياحة والأجهزة التابعة لها والمرتبطة بها والمتملونة معها فالأجهزة التابعة للوزارة هي الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وهيئة تنمية السياحة والمرتبطة بها هي الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة أما المتملونة معها فيمكن أن تذكر وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار ووزارة الإعلام ووزارة البيئة والاتحاد العام للخرف السياحية ونقابة المرشدين السياحيين والمحافظات ومجالس المدن فالسياحة ليست مسئولية وزارة السياحة فقط بل لابد من التعاون مع كافة الهيئات والجهات التي يمكن أن تقوم بالنشاط السياحي ومن هنا فلا بد من التنسيق بين كافة أجهزة وزارة السياحة وبين كافة الجهات القائمة على تخطيط وتنفيذ الخطط الدعاية الخاصة بمصر والأسواق الخارجية ولتفعيل هذا الدور يلزم بحث زيادة عدد المكاتب السياحية الخارجية في الأسواق السياحية التي يتوقع زيادة الحركة السياحية الواقعة منها إلى مصر مع تطوير أسلوب عمل هذه المكاتب وتزويدها بالوسائل والأنوات لتنشيطية اللازمة وعلى هذه المكاتب بالتعاون مع المسؤولين في مصر دراسة الأسواق السياحية المختلفة دراسة علمية متأنية وشاملة قبل البدء في التخطيط للحملات الدعاية على أن تكون دراسة هذه الأسواق من حيث حجمها ومعدلات السفر ومستويات الدخل وموقعها وقربها أو بعدها عن مصر وتكاليف الطيران أو البواخر السياحية بالنسبة للركاب المتجهين إلى مقصدنا السياحي ومدى تأثير ذلك مقارنة بالدول المنافسة في المنطقة والتركيز على نوعية السفحين وأعمالهم ومستوى دخولهم وإمكانية استقطاب ذوي الدخل المرتفعة وتسهيل مهمة ذوي الدخل المتوسطة والشباب وهذه الدراسات لابد وأن يراعى فيها نوع الخطط الدعاية لكل بلد من البلدان فكل

شعب له اتجاه في رغبته ومطالبه ومغرياته التي تشده للاتجاه إلى هذا المكان أو مكان غيره وعلى سبيل المثال الفرنسيون لهم ولح بالحضارة الفرعونية وإيطاليا واليونان وجنوب البحر المتوسط يميلون إلى التاريخ اليوناني الروماني - هذا من ناحية الآثار والحضارة أما من النواحي الترفيهية وسياحة الشواطئ فنول الشمال والأوروبي وروميا يميلون إلى الشواطئ الدافئة وهكذا لا بد وأن تختلف الخطط الدعاية بالنسبة للأسواق المختلفة - ونرى أن تكون هناك سياسة واضحة في الدعاية وأساليب التمويل سواء شارك فيه القطاع السياحي الرسمي أو الخاص ليكون كل ذلك تحت بصر وبرعاية الوزارة الأم - ويضاف إلى ذلك إننا إذا كنا بمسبيل للوصول إلى هذه الأسواق المختلفة فليكن ذلك من خلال وصول ممثلي هذه الأسواق إلى مصر ونقصد بممثلي هذه الأسواق وسائل الإعلام الأجنبية وكبار الصحفيين والكتاب السياحيين ومقنمي ومعدي البرامج السياحية والتلفزيونية نوي للتأثير الإعلامي الجيد مع تعميق العلاقات والصلات مع كبار المنظمين للرحلات ودعوتهم لرحلات استكشافية فليس من سمع كمن رأى - مع محاولة خلق أساط سياحية جديدة تفتح شهية المنظمين الخارجيين بقيت كلمة هامة في هذا الأمر ألا وهو تفعيل ما يسمى بالأجندة السياحية وأن تكون هذه الأجندة ثابتة التاريخ وخلق المناسبات السياحية والمهرجانات السياحية والمهرجانات الفنية المدروسة بعناية مع عدم التناحر بين الأجهزة فمن يحظى بشرف القيام بهذه المهرجانات قبل غيره بدلا من شرف المشاركة في النجاح وهناك أمثلة عديدة حدثت وكان سبب التناحر على الظهور في الصورة يطغى على شرف المشاركة الإيجابية والخسر الأول والأخير هو سمعة أو صورة مصر السياحية .

## ٢. القصور في تطبيق مفهوم أن السياحة قاطرة للتنمية وإنها أهم المرافق القومية ..

وتطبيقا لذلك فإن توجيهات السيد رئيس الجمهورية منذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي كانت إدراج السياحة ضمن التوجيهات التي تصدر عند تشكيل الوزارات المختلفة وقد كان التوجيه للاهتمام بالسياحة يأتي في المرتبة الحادية عشرة ثم تقدم ليحتل مرتبة متقدمة وكان لقرار رئيس الوزراء باعتبار أن السياحة

مرفق قومي بالقرار رقم ١٧١٤ لسنة ١٩٨٥ إلا أن ذلك لم يكن مؤثرا بالدرجة التي تجعل السياحة قاطرة للتنمية وأن التقدم في النشاط السياحي يرجع إلى التطورات المختلفة التي تأتي تبعا لتطور الدولة في مختلف المجالات أو النمو الطبيعي لكل الأنشطة وليس طبقا للتنمية السياحية بمفهومها الشامل .

وعلى ذلك وتطبيقا للمفهوم فإنه يجب أن تختص وزارة السياحة برسم سياسة تنمية للمرفق السياحي ككل على أسس اقتصادية تناسب الأنشطة المتميزة لقطاع السياحة - فقد حدث أن تدخل المحيطات على وجه غير مرغوب فيه في كثير من الأحوال إلى إعاقة التنافس ومفهوم ذلك أنه يجب تحديد مكانة السياحة بين قطاعات الإنتاج في الدولة وليس كقطاع خدمات فقط وأن يعتبر الإقرار السياسي للسياحة أمرا ملزما للوزارة وكافة المحافظات والأجهزة الحكومية والهيئات التشريعية - وأن يكون تخطيط التنمية السياحية جزء لا يتجزأ من خطة للتنمية الشاملة وعلى أساس إدراج الخطة العامة للسياحة ضمن مشروعات الخطة العامة للدولة - فمذ سنوات لم تضاف مناطق جذب سياحية جديدة إلا القليل - بسبب عزوف القطاع الخاص بشقيه الوطني والأجنبي عن الاستمرار في المشروعات السياحية بسبب عدم تشجيع استثمار المال العربي والأجنبي وعدم منح المزيد من التسهيلات والإعفاءات لرؤوس الأموال الأجنبية والمحلية وإطلاق يدها للتنمية المنتج السياحي غير التقليدي وكذلك السياسة النقدية وارتفاع معدل فوائد القروض التي تمنحها البنوك للمشروعات السياحية ومعاملتها معاملة المشروعات التجارية مما أدى إلى توقف بعض المشروعات نتيجة عدم إعطاء حرية للحركة ومنح التسهيلات والامتيازات لرؤوس الأموال الخاصة والراغبة في المشاركة في تنمية البلاد سياحيا وفنداقيا - وقلة تشجيع وإطلاق حرية للمبادرات لرجال الأعمال بالقطاعين السياحي والفندقي - ولابد من فتح الأساليب العملية المقررة من دول أكثر تقدما وإدراكا لأليات السوق العالمي والمنظمات الرسمية للعالمية التي تعطي مؤشرات للدول السياحية المتنافسة من أجل ازدهار صناعة السياحة أي يتعين أن نوجه ميزانية ضخمة للتنشيط لكي تطور صناعة السياحة في مصر - وأن يتم التركيز في الجهود التسويقية على الأنماط المختلفة الأخرى غير السياحية التقليدية



أي الثقافية رغم أهميتها لكن هناك لماط أخرى أصبحت تستهوي قطاع عريض من السياح الأجانب منها سباحة المؤتمرات والسياحة الترفيهية وسباحة رجال الأعمال والسياحة العلاجية والسباحة الرياضية وسباحة المشتريات بل أن هناك لمطا جديدا للسباحة لم يتم تفعيله بصورة جيدة وهو سباحة النخبة وهي سباحة الشخصيات السياسية والفكرية العالمية التي تزور مصر لقضاء بضعة أيام على متن سفينة عائمة كما حدث في زيارة السيدة باربرا بوش عقيلة الرئيس الأمريكي الأسبق جورج بوش ووالدة الرئيس الحالي جورج بوش وكانت هذه الزيارة بدعوة من السيدة حرم الرئيس المصري وكذلك قضاء رئيس الوزراء البريطاني توني بلير لعطلة رأس السنة في شرم الشيخ ويمكن التوسع في هذا النوع من السباحة باعتبار أن وسائل الإعلام العالمية تتابع هذه الشخصيات المؤثرة سياسيا وإعلاميا وثقافيا وكانت هناك مبادرة طيبة بدأتها الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في بداية التسعينيات بدعوة للكتاب اليكس هيلي الأمريكي وهو من الأمريكيين ذوي الأصول الإفريقية والذي ألف رواية للجنور التي أصبحت مسلسلا تليفزيونيا شهيرا تابعه الملايين من سكان الأرض وقد زار الإسكندرية وشاهد متاحفها وأثارها ويمكن أن يلحق بهذا الفكر للصور في تنفيذ المشروعات السباحية الترويجية على طول الساحل الشمالي الغربي - وإن كانت النية متجهة الآن إلى الاستفادة من هذا الساحل الساحر بالبدء في خلق الممرجات السباحية ووسائل الترفيه - والاتجاه إلى إقامة للمهرجانات والحفلات والفنون الشعبية ووسائل الترفيه المتنوعة والاستفادة من الغابات الأسمنتية التي تم زرعها في الساحل الشمالي ليتم الاستفادة من هذه البنيات الفاخرة طوال العام بدلا من إقتصارها على بضعة أسابيع خلال شهور الصيف ولما لكي الوحدات الإسكافية فقط ولعل هذا الفكر قد بدأ في عهد وزير السياحة السابق المهندس أحمد المغربي الذي حضر افتتاح المؤتمر الرابع لكلية السياحة والفنادق بالإسكندرية الذي أقيم عام ٢٠٠٥ وكان موضوع المؤتمر "الساحل الشمالي وتنميته ليكون مقصدا سياحيا فريدا ومتميزا يضاهي أرقى المنتجعات السباحية في أوروبا وقد كان يطو للبعض من المشاركين في هذا المؤتمر إطلاق اسم الريفييرا المصرية على هذا المقصد السياحي الجديد - ومن

هنا ومن منطلق اعتناق مفهوم أن السياحة قاطرة للتنمية فلابد من تركيز الجهود لإنشاء مناطق جذب سياحي جديدة بإقامة منطقة سياحية متطورة وجديدة يبدأ التنفيذ فيها كل عام وعلى سبيل المثال فليكن البدء بمنطقة محافظة المنيا الذي يجري العمل في متحف عالمي بها (متحف لخنقون) وذلك لثراء هذه المحافظة لثريا وتنوع آثارها من العصر الفرعوني إلى العصر الإسلامي وتكثيف الإعلام عنها وقد بدأ ذلك بإثارة قضية تمثال نفرتي الموجود بألمانيا وطلب السلطات المصرية أن تعود إلى موطنها الأصلي في زيارة مؤقتة وذلك أثناء افتتاح متحف المنيا وعودتها مرة أخرى إلى محل إقامتها القسري التي أجبرت على الإقامة فيه منذ عام ١٩١٣ فبعد اكتشاف هذه القطعة النادرة والجميلة عام ١٩١٢ وقام الألمان بعد عمل قسمه للأثار بين مصر وألمانيا في خيمة تل العمارنة - وأن مصر طلبت من هنار إعادة التمثال ووافق في البداية حيث لم يكن قد شاهده إلا أنه بعد مشاهدة التمثال وقع في غرام الملكة المصرية ورفض إعادته - أما الحديث عن نهر النيل باعتباره مرفقا قوميا فنهر النيل يستحق أن يفرد له مبحث خاص .

ولابد من استصدار تشريع واضح وحاسم باعتبار أن السياحة مرفق قومي وتفعيل قرار السيد رئيس الوزراء وتحديد الاختصاصات لكل من المحافظات والهيئات العاملة في المجال السياحي وأن يتركز دور المحافظات على استثمار الخبرات والإمكانات المحلية - ولابد من تحديد اختصاص المجلس الأعلى للسياحة وكذلك تشكيله بحيث يكون له دور في التنسيق بين الجهات الرسمية وغير الرسمية التي يتصل نشاطها بالسياحة بما يؤكد فاعليته ودوره في السياسة العامة للسياحة ويلزم أيضا توحيد الجهات المعنية لشئون السياحة والفنادق في جهاز مركزي موحد يختص بإصدار التراخيص المتعلقة بالمنشآت السياحية والفندقية والإشراف على الأراضي المخصصة للسياحة ودراسة مشروعات الاستثمار السياحية والقيام بعمليات التسويق الاستثماري وإعداد دليل يتاح للكافة للحصول عليه يتضمن التشريعات والقرارات المتعلقة بتنظيم النشاط السياحي ويوضح الإجراءات اللازمة لممارسة هذا النشاط والعمليات النقدية المرتبطة به في خطوات واضحة ومحددة ونحن هنا لا نغفل الدور الذي تقوم به وزارة السياحة وهيئة للتنمية السياحية في

معاونة الأفراد وشركات القطاع الوطني التي تنشئ مشروعات جديدة في مناطق سياحية جديدة أو نائية بإعطائها الأرض لعدة سنوات بإيجارات اسمية على أن يتم النفع بأسعار وأجل مناسبة ، وأخيرا يجب دراسة إمكان إدخال السياحة كجزء من الصفقات المتكافئة التي تعقد بين مصر والدول الأخرى وخاصة دول السوق الأوروبية المشتركة باعتبار أن السياحة سلعة يمكن أن تباع وتشتري .

### ٣. القصور في التسويق السياحي ..

مع بداية القرن الحادي والعشرين يولج التسويق السياحي سلسلة من التحديات لم يولجها من قبل - تحديات اقتصادية داخلية وخارجية وتحديات اجتماعية للتنمية الشاملة وتحديات سياسية وحيث أصبحت السياحة من أهم الروافد للدخل القومي والعملة الأجنبية - ومن الواضح أن هذه التحديات سوف تستمر حتى تتحقق التنمية الشاملة - وبالرغم من أن أساتذة العلوم السياحية والأكاديميين والخبراء العلميين كتبوا كثيرا وكان موضوع هذه الكتابات مجالات للتسويق السياحي والسوق السياحي والطلب السياحي والمرض السياحي واستراتيجيته والعوامل المؤثرة على الطلب السياحي وأهمية التسويق باعتباره علم وفن - كما تعرضت الكتابات لموضوع تخطيط التسويق السياحي من حيث الخدمات وأسعارها ومناقل التسويق والعمالة وإجراء البحوث التسويقية - والدول المصدرة للسياح وسياسة التسويق السياحي والعوامل المؤثرة على التسويق للمنشأة السياحية والعديد من الموضوعات التي تكرر في تلك التسويق كعلم هام من العلوم المؤثرة في النهضة السياحية لأي دولة ولكننا هنا نعرض للجهود المبذولة من وزارة السياحة لمزيد من التسويق - وحتى لا يكون هناك تصور في لحد أهم العناصر المؤدية إلى التنشيط السياحي .

فالملاحظ وما بلغت النظر خلال العشر سنوات الماضية أن المنظمات والشركات السياحية الموجودة في مصر لا تقوم بالنشاط التسويقي كما يجب أن يكون لأنها وجهت كل إمكاناتها في إيجاد مزيد من المنتج السياحي للترفيهي دون دراسة جدية إحصائية للسوق العالمي والإقليمي والمحلي ولم يتم الاستعانة حتى

الآن بالمنظمات الدولية الأوروبية في مجالات التسويق للاستفادة من خبرتها الطويلة والتي تستحوذ بشكل دائم على نسبة تتراوح بين ٦٠-٧٥% من حجم السياحة الدولية \_ ٣٥٥ مليون سائح) ومن الضروري أن تستعين الشركات المصرية بشركات التسويق العالمية وخاصة الأوروبية التي تجتذب أكثر من ثلثي عدد السياح الدوليين أو أن تستعين بالشركات والمنظمات الأمريكية التي تحتل المركز الثاني بعد أوروبا من حجم حركة السياحة وحيث تصل نسبتها إلى حوالي ٢٢% (١٥ مليون سائح) والحقيقة التي لا مفر منها أمام كل من يعمل بصناعة السياحة أن التسويق في مصر ينقصه العناصر التالية :

١. إعداد وتهيئة المنتج السياحي بحث يكون في كل أبعاده المنظورة متسقا مع رغبات السوق السياحي الدولي والإقليمي والمحلي .
٢. التعرف العلمي الصادق بالمنتج السياحي المتاح من خلال البيع والإعلان وتنشيط المبيعات وأن تقوم الدعاية السياحية بدور فاعل ومؤثر في الدول الأوروبية والأمريكتين .
٣. وضع التقييم الفعلي المناسب للمنتج السياحي وتسعيره بحيث يحقق رضا طرفي عملية المبادلة .
٤. التفكير السريع والجاد لإيجاد منافذ البيع المناسبة والتي يمكن من خلالها تيسير توفير المنتج السياحي في الزمان والمكان المناسبين وبعد دراسة احتياج السوق - من منطلق أن السائحين هم سبب النشاط الذي تقوم به الشركات والمنظمات السياحية على مختلف أنواعها ولا شك أن التسويق الجيد يؤدي إلى إنعاش النشاط الاقتصادي ويحقق الحصيلة التي تحسن ميزان المدفوعات ويغطي جزء من الواردات ويسهم في تسديد مديونية الدولة - كما أن التسويق يساهم بقوة في تنشيط الحركة الاستثمارية نتيجة ظهور الحاجة إلى العديد من المشروعات السياحية المتكاملة والتي يخيرنا السوق بلحاظها إليها ، ومن ثم تتكفل رؤوس الأموال الأجنبية والمحلية لإقامة هذه المشروعات والأهم في ظروفنا المعاصرة ستتولد فرص عمل كثيرة للبطالة من الشباب .

نصل إذن إلى أن التسويق السياحي هو تلك الجهود التي تبذل لتعريف المنشآت السياحية بالإمكانيات المتاحة في السوق السياحي على المستوى العالمي والإقليمي والمحلي في وقت معين وتوفير أفضل الظروف لتحقيق الأهداف المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة وبأعلى درجة من الأداء والكفاءة .

وبلاحظ أن كلا من التسويق والمنتج السياحي متداخلين بمعنى أننا لا نستطيع إلا تسويق المنتج السياحي المرغوب ولا نستطيع إلا إنتاج المنشآت السياحية والخدمات التي يمكن تسويقها. وعليه يكون منطقياً أن نفكر في التسويق على أنه النشاط الذي بواسطته يمكن أن تصل الخدمات والمنتج السياحي إلى الأسواق المختلفة - والحقيقة أن أغلب الشركات السياحية تتبع سياسة تمييط المنتج السياحي كي تستفيد من الوفورات الاقتصادية الناشئة عن هذه السياسة - لذلك غالباً ما تقرر إدارة المنشأة السياحية إنتاج منتج سياحي له مواصفات وخصائص تتراوح بين ما يفضلهُ السائح وما تستطيع أن تكتجه بأقل تكلفة ممكنة - بمعنى آخر أن المشكلة في التسويق السياحي تجمع بين التسويق والمنتج السياحي فالشركات تتجه إلى منتج سياحي ثم تسوقه وبه أكبر ما يمكن من خصائص ومواصفات مطلوبة ومرغوبة من السياح شريطة عدم التضحية بالتوفير الاقتصادي كلما أمكن والسياح هم الهدف النهائي لكل النشاط التسويقي - ولذا فإن نشاط التسويق يتضمن خلق المنفعة للمكانية والزمنية والحيزية (نقل الخدمات إلى السياح) .

ونصل الآن إلى الدور الذي يمكن وزارة السياحة والهيئات المعنية أن تقوم به لمزيد من التسويق للحد من القصور في التسويق السياحي وجهود الوزارة والهيئات المختلفة يجب أن :

١. تركز على تكثيف الجهود التشبيطية والترويجية والتسويقية للقطاع السياحي المصري الرسمي والخاص في جميع دول العالم طبقاً لخطة مهنية شاملة تتضمن الأسواق المستهدفة والأدوات الترويجية والبرنامج الزمني وتقديرات النفقة وعوائدها .

٢. تكثيف الجهد الترويجي والدعائي والإعلاني والتسويقي في الأسواق الأوروبية

والآسيوية الأكل تكثر بالتطورات الأخيرة في منطقة الشرق الأوسط مثل ألمانيا والدول الاسكندنافية وسويسرا وروسيا ودول الاتحاد السوفيتي السابق ودول أوروبا الشرقية والصين .

٣. تنمية السياحة الداخلية من خلال إجراء خصومات في أسعار الإقامة الفندقية ومنح أسعار تشجيعية من الشركات المصرية وتنشيط سياحة المجموعات للمصريين .

٤. وقف أي زيادات في الأعباء والرسوم مقابل الخدمات المفروضة على النشاط السياحي في وقت تقوم فيه الدول السياحية بدعم هذه الصناعة في أوقات الأزمات خاصة .

٥. تعزيز الحركة الجوية وللجهد الترويجي ودعم الطيران العارض .

٦. توفير التسهيلات المصرية لمشروعات الاستثمار السياحي .

٧. ضرورة الحد من الرسوم والضرائب على الأنشطة السياحية لمعادلة الزيادة التي طرأت في رسوم التأمين على النقل الجوي والبحري المنطقة العربية -  
حدث أن مصر تحتل المركز الخامس في قائمة أكبر ٥٠ دولة تعاني من زيادة الضرائب على السياحة كما أن الزيادة في الرسوم على النشاط السياحي في مصر بلغت ١٧% في عام ٢٠٠٢ .

٨. التوسع في إقامة مهرجانات السياحة والتسوق بصورة مختلفة فهي تحقق المزيد من الجذب السياحي لمصر خاصة من الأخوة العرب - كما أنها تحقق تنشيط الحركة التجارية وزيادة العمل الجماعي - حيث تشارك أجهزة كثيرة من الدول وتتعاون مع القطاع الخاص - ويحقق إقامة المهرجانات زيادة في الحركة السياحية الواندة إلى مصر .

٩. تشجيع الاتحاد المصري للغرف السياحية على إقامة المزيد من المشاريع الطموحة لتدريب جميع العاملين في القطاعات التي تتعامل مع الجمهور في الفنادق والقرى السياحية للارتفاع بمستوى الجودة للخدمات السياحية والتي

أصبحت العنصر الحاسم في المفاضلة بين المقاصد السياحية العالمية .

١٠. زيادة الجهد التسويقي والترويجي في السوق العربي بشكل خاص والذي يشكل دائما أداة صلبة للسياحة المصرية لا تقتلر بأزمات إقليمية أو دولية وتكون أسبابها عادة ناجمة عن جهل بحقيقة الأوضاع المصرية أمنا واستقرارا وجنبا سياحيا وحفوة وتسهيلات خاصة بالعرب وتقديم برامج سياحية شاملة يتم من خلالها منح أسعار خاصة ومنخفضة للمجموعات والعائلات والأفراد .

١١. ضرورة تطوير التعاون السياحي بين الدول العربية نظرا لأهمية السياحة من الناحية الاقتصادية بالنسبة لدول العالم اليوم وكذلك من الناحية الإنسانية والسياسية ، مع وضع إستراتيجية للسياحة العربية لتمكينها من المحافظة على الصمود أمام التحديات وهي البحث عن الوسائل المناسبة التي تجعل من السياحة العربية الاختيار الأول للسائح العربي واعتماد برامج لتطوير التعاون السياحي بين دول الأقاليم السياحية في العالم العربي من منظور استراتيجي .

١٢. تنمية المقاصد السياحية الإقليمية وتنويع منتجاتها بما يساعد على قضاء العرب إجازاتهم داخل الإقليم العربي والحد من سفرهم للخارج وتوفير المعلومات اللازمة عن مواطن الجذب السياحي بالمنطقة وإتاحتها في مختلف وسائل الإعلام - والحفاظ على توازن الأسعار بصورة تدعم القدرة التنافسية للمقصد السياحي العربي وتخفيف القطاع الخاص السياحي وشركات الطيران على تقديم برنامج سياحي بأسعار جانبية تسهم في تنشيط حركة السياحة العربية وتكثيف عمليات التسويق لها من خلال الوجود في البورصات والأسواق والمعارض السياحية العربية .

١٣. تخفيف القيود على الطيران داخل الإقليم العربي وتوفير التسهيلات الإدارية والإجرائية اللازمة لاستقبال السائح العربي وتشجيع حركة النقل البري والبحري - ودعم شبكة الطرق البرية بنقاط خدمات وتيسير إجراءات العبور وإنشاء المراسي البحرية .

١٤. إعداد برامج للتسويق السياحي تقوم على التنسيق الكامل بين جهود أجهزة السياحة الرسمية لوزارة السياحة ومؤسساتها والمنشآت التسويقية وذلك بهدف الاستفادة إلى أقصى حد ممكن من أعمال الدعاية والترويج السياحي التي تتم في الخارج لجذب السياح من كل بلدان العالم وأن يكون هناك إستراتيجية للتسويق تنقسم بالشمول والتكامل .

#### ٤. القصور في مواجهة اللاوعي - العام بالنسبة للسياحة ..

تحدثنا عن الوعي باعتباره أحد أهم منطلقات أو ركائز التنشيط السياحي - والوعي في تعريفات أساتذة العلوم السياحية هو توفر ذلك القدر من المعلومات والخبرات والمعارف التي تجعل للفرد يشارك مشاركة إيجابية في عملية التنمية السياحية والتي تجعله يستفيد من الآثار الإيجابية للسياحة وتجنب الآثار السلبية حيث يعمل الوعي على إمداد الفرد بالمعلومات والخبرات والمهارات والمعارف ويحدد الواجبات الأخلاقية وينهي عن السلبيات والأخطاء الشائعة ، والوعي ليس مسؤولية جهة ما أو وزارة أو هيئة بعينها بل مسؤولية كل فرد في المجتمع بصورة مختلفة سواء كانوا مواطنين عاديين ولا اتصال لهم بالعمل السياحي أو عاملين في القطاع لتنضافر الجهود - جهود الجميع لتحقيق هدف واحد هو رفع المستوى فيما يتعلق بالوعي السياحي لخلق مجتمع جاذب للسياحة وليس طارد لها .

ولكن القصور في اللاوعي يمثل مغفلة في عرض البحر تولجه عواصف وأنواء وقلائد هذه المغفلة هو وزارة السياحة وعليها أن تصل بهذه المغفلة إلى بر الأمان أو أن تبتلعها الأمواج المتلاطمة وركاب هذه المغفلة هم كل من يعمل في القطاع السياحي والمؤسسات التعليمية بكافة مراحلها ووسائل الإعلام المختلفة والأجهزة المرتبطة عملها بالسياحة - كالوزارات - المرور - الجمارك - المرشدين السياحيين - العاملون في مجال السلع السياحية والتذكاريات والعاملون في المواقع الأثرية والسياحية المختلفة - وريان المغفلة هنا - أي وزارة السياحة - هي التي تحيط توجيهاتها وتعليماتها لكل من في المغفلة بكي يعي كل من فيها قيمة ما للسياحة من اثر إيجابي على حياته وعلى مستقبله ومستقبل الأجيال القادمة -



ولا نقول أن وزارة السياحة ستتولى أمر الوعي في المؤسسات التعليمية أو وسائل الإعلام أو العاملون في المطارات أو الجمارك أو باقي الهيئات والجهات وإنما عليها استحداث إستراتيجية لنشر الوعي السياحي بالتوازني والتقابل مع الإستراتيجية التفصيلية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية ولن تستلزم إستراتيجية الوعي السياحي مع إستراتيجية التعليم والتدريب وحماية البيئة إلى آخر المعطيات التي تؤدي إلى تحسين الصورة السياحية مع ربط كل هذه الاستراتيجيات بعضها ببعض ليكون هناك تكامل استراتيجي وأن تكون هدف الاستراتيجيات المتكاملة مفصلة وأن تكون أكثر تحديدا من السياسة العامة بحيث تتضمن الأهداف المطلوبة والأساليب المفروضة اتخاذها لتحسين الصورة السياحية من خلال برامج عمل واضحة ومفصلة ومرتبطة بإطار زمني وأن يخصص لهذه البرامج كل الموارد الفنية والإدارية والمالية والوصول بذلك إلى خطط عامة ثم خطط إقليمية وقطاعية وأن تتسع هذه الخطط لتكون خطة قومية تحصر وتعيى الموارد والطاقات الموجودة في المجتمع ككل ، إن الدور القائد والمرشد للوعي لوزارة السياحة وهيئاتها في مواجهة الوعي السياحي العام ينطلق من مكاتبها وإلى المتعاملين معها فهم الأولى بأن يواجهوا هذا القصور فكل مكاتب وفروع وأجهزة وزارة السياحة لابد وأن تكون القدوة وأن يتولف بها ولديها كل المواد الإعلامية والإعلانية الخاصة بالوعي السياحي - ثم بالتعاون مع الاتحاد العام للفرف السياحية وغرف السياحة والفنادق والشركات والمؤسسات والجمعيات السياحية هذا التعاون إذا وصل للمتعاملين مع هذه الجهات وقبلهم العاملون فيها ستوسع حلقات الوعي - للفنادق لها دور وشركات السياحة لها دور وكل العاملين لهم دور في هذا الأمر - والعلاقات دائما مع الكبار توصف بأنها كبيرة فوزير السياحة مع وزير الخارجية يستطيعان أن يوجهوا العاملين في السفارات المصرية والقنصليات بالخارج لتقديم نشرة جميلة مصورة بها معلومات شيقة عن مصر وتطسي مجانا لكل طالب تأشيرة دخول للبلاد - مكتب شركة مصر للطيران تقدم أفلاما أو C.D بالفيديو لكل مشتري تذكرة سفر على طائرتها - وزير السياحة مع وزير الداخلية لتوجيه ضباط السياحة والجوازات لأسلوب معاملة السائح والاحتفاء به وتسهيل

مهمته وإنهاء إجراءات وصوله ببسر وسهولة دون ما تعقيدات روتينية وزير السياحة مع وزير الثقافة لتعظيم التوجيهات للعاملين في المتاحف والمناطق الأثرية وهم من ينظر السياح إليهم على أنهم أفراد أفراد الفراعين الذين يشرعون تاريخهم للسياح - فكل السياح الأجانب يتخيلون أن أبناء المتاحف أو المرشدون المسيحيون يحملون الجينات الوراثية للفرعونية فليهم أن يثبتوا لهؤلاء السياح أن ما وصل إليهم من جينات من الأصول هي الجينات الطبية التي حملها الأجداد وأبهموا الدنيا من عهدهم حتى العهد الحاضر بما خلقوه لنا من تراث وحضارة فلو لم يكونوا يحملون أرقى الصفات ما أفتجوا أروع ما تلقيناه عنهم وزير السياحة ووزير الإعلام وهو الأمين على تشكيل وجدان الشعب وأفكاره - فالمواد الإعلامية والمعلومات التي يتم بثها من خلال شاشة التلفزيون أو على موجات الأثير ويجب أن يتم التركيز على النقاط التي تمس المظهر العام للدولة كرفع مستوى النظافة في المدن والقرى بوجه عام وفي المناطق السياحية بوجه خاص وفي الطرق المؤدية إلى المواقع الأثرية - وزير السياحة ووزير التعليم العالي والتربية والتعليم - يطرح على سيادتهم البرامج المتكاملة لتدريس السياحة وأثارها الحضارية والثقافية والاقتصادية والسياسية كمادة تدرس بمختلف مراحل التعليم على أن يتم تحديد الإطار الدراسي للعام لكل مرحلة وحيث يتراوح بين الثقافة العامة في المراحل الأولى وبعض الموضوعات السياحية في المرحلتين الإعدادية والثانوية وعلى أن يتم التركيز في مرحلة التعليم العالي - وكل الكليات تستطيع أن تركز بعض المعلومات السياحية في منهاجها فكلية السياحة هي الكلية التي يدرس بها كل العلوم السياحية وكلية التجارة يمكن أن تشمل الدراسة بها التسويق السياحي والإدارة السياحية وكلية الهندسة يدرس بها التخطيط العمراني السياحي والمشروعات السياحية والبيئة وكل علم له قواعده ومناهجه وأصوله - وزير السياحة ووزير البيئة للحفاظ على البيئة والمحميات الطبيعية - وهكذا كل وزارة يمكن أن تسهم بفعالية في نشر الوعي السياحي - وقد يقول قائل كل هؤلاء الوزراء ليس لديهم إلا الاجتماع مع وزير السياحة لبحث ما يخص وزارته والإجابة إننا نعرف جيدا مسؤولية الوزراء وضيق وقتهم والأمر لا يستغرق أكثر من ساعة ولحظة فعندما يجتمع وزير السياحة مع أي

من السادة الوزراء الآخرين ان يبحثا معاً الوسائل والطرق والأساليب والموازنات أو الاستراتيجيات - بل سيقدم السيد وزير السياحة للدراسات التي أعدت بمعرفة الخبراء سواء في الوزارة أو السادة الأكاديميين وهذه الدراسات يوجهها الوزير المختص إلى المسؤولين للتعبين له مع تخصيص مسئول على درجة عالية من تفهم الأمر بحيث يتم إعداد برنامج زمني يمثل التوقيتات المثالية لاستخدام أساليب يمكن معها نشر الوعي السياحي على المستوى العام خلال فترة زمنية محددة ويحدث لنتج رد فعل ايجابي لدى السائح الذي يزور بلدنا وإن ننسى لا ننسى المحافظات والتي عليها مسئولية كبرى خاصة فيما يتعلق بالنظافة العامة والتشجير وإصلاح الطرق الداخلية داخل المدن .

ونستشهد بما أورده الأستاذ سيد موسى في مؤلفه كتابات سياحية جزء ٢ - أن العاملين في المجال السياحي يطمون جيدا انه لا يوجد سائح يتجه إلى منطقة ما لمجرد أن بها فندقا فلوخرا أو لأن المواصلات إليها ميسرة أو رخيصة فالفندق ليس هو المستهدف ولا الهدف هو الاستفادة من مزايا معينة في وسائل النقل وإنما يتجه لمنطقة استطاعت أن تكون لنفسها صورة سياحية Tourism Image طيبة وهذه الصورة هي التي تؤدي إلى بيع غرف الفنادق ومقاعد وسائل النقل وهي التي تؤكد للسائح انه سيمضي وقتا طيبا - وكل من الإعلام والدعاية والعلاقات العامة تمثل أدوات كفوء لرسم الصورة السياحية الايجابية لأي دولة ومقولة جان جاك روسو : أن معرفة منطقة ما لا تتم إلا بروية الأشياء من خلال الناس الذين يعيشون في هذه المنطقة - أي أن الإنسان والمكان هما أصل الصورة السياحية لوجدنا أن تعميق الوعي السياحي لدى كل إنسان أو مواطن ستجعل القادم يشعر بان إنسان هذا المكان واع وبهمه أمر بلده وتتطبع في مخيلة هذا القادم صورة طيبة عن أهل البلد الذي يزوره أما المكان فهو هدف القادم لروية والاستمتاع بما يشاهده سواء كان أثريا أو سياحيا أو ترفيهيا أو بيئيا وهذا لا بد من الاهتمام من الإنسان بالمكان لخلق الصورة السياحية المتكاملة والتي إطارها الإنسان والمكان في هذا الزمان .

ومن هذا المنطلق نستطيع أن نقرر أن هناك ضغطاً في الدور الذي تقوم به الأجهزة السياحية المختلفة لنشر الوعي السياحي سواء للمواطنين العاديين أو حتى المرتبط عملهم بالأنشطة السياحية وقد يكون هذا الضعف نتيجة قلة الموازنات المرصودة للقيام بهذا الدور وعدم الاهتمام في المؤسسات التعليمية بالثقافة السياحية العامة - وقصور المؤسسات السياحية وبعض الأجهزة في القيام بدورها في عقد ندوات ودورات تدريبية وتأهيلية للعاملين في المجال السياحي حتى لا يفقد العنصر البشري المؤثر في هذا المجال للخبرة والكفاءة والقدرة على الأداء المتميز الواعي بقيمة ما للسياحة من أثر من إثراء الحياة السياحية بكل ما تستحقه .

٥. القصور في الوعي البيئي ..

الاهتمام بالبيئة لم يصبح ترغاً ومن يهمل البيئة فقد فقد أحد أهم مقومات حياته والحفاظ على البيئة أهم قيم للتحضر الاجتماعي على الإطلاق لأن الأضرار البيئية لا يقتصر أثره على فرد أو مجموعة من الأفراد بل يضر المجتمع كله - والاعتداء على البيئة اعتداء على النظام الاجتماعي باعتبار أن الحفاظ على البيئة يمثل تراثاً هاماً للإنسانية أما بالنسبة للسياحة فتوجد علاقة تلازم واضحة بين البيئة والسياحة وتتسم هذه العلاقة بالإيجابية المطلقة بما تقدمه البيئة للسياحة من مغريات سياحية وطبيعية واجتماعية متنوعة لا حدود لها ولا حصر لها - كما توجد في الوقت نفسه علاقة سلبية بما تتعرض له السياحة من أضرار نتيجة عدم احترام البيئة فهذا سيكون هناك تنافر بين السياحة والبيئة .

وتعريف البيئة في أبسط صورها هي كل ما هو خارج عن كيان الإنسان وكل ما يحيط به من موجودات فالهواء الذي يتنفسه الإنسان والماء الذي يشربه والأرض التي يسكن عليها ويزرعها وما يحيط به من كائنات حية هي في حقيقة الأمر عناصر البيئة التي يعيش فيها وهي كذلك الإطار الذي يمارس فيه حياته ونشاطاته المختلفة فمفهوم البيئة هي الوسط المحيط بالإنسان والذي يشمل كافة الجوانب المادية وغير المادية - كما عرفت البيئة أيضاً بأنها كل العناصر الحياتية التي توجد حول وعلى داخل سطح الكرة الأرضية من طاقة وهواء ومياه

وحيوانات ونباتات ومجتمعات إنسانية وأصبح علم البيئة هو العلم المتكامل للإنسان والطبيعة ويعتبر الإنسان هو العنصر الوحيد في النظام البيئي الذي يستطيع أن يسبب خللاً أو اضطراباً عن إدراك في التوازن البيئي باستخدام معارفه العلمية والتقنية المتطورة بسرعة وبهذه الطريقة فإنه يحسن ظروفه على حساب الكائنات ترتبط بالدرجة الأولى بسلوك الإنسان وتفاعله مع البيئة والتدهور البيئي وما نتج عنه من مشكلات تهدد الإنسان وسائر الكائنات .

وهنا لابد من التأكيد والاعتراف بأن البيئة تعتبر جوهر أو لب المنتج السياحي - كما أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي الذي يرغب الأفراد في رؤيتها والتمتع بها ولذا أصبح الحفاظ على البيئة هو محور للتنمية السياحية وانطلاقاً من هذا المفهوم ولأخذاً في الاعتبار أن المقومات البيئية من أهم عوامل الجذب السياحي في مصر - فقد شاركت وزارة السياحة - جهاز البيئة - التي استعانت بخبراء البيئة الدوليين في سن بعض أحكام القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ بشأن حماية البيئة المصرية وجعلها مقوم جذب متواصل للحركة السياحية الوافدة إلى مصر فالسياحة باعتبار أنها أكبر صناعة في العالم يعتمد استمرار نشاطها وتزايد على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي .

ومن هنا وبعد ما تم إيضاحه من أهمية الحفاظ على البيئة للاستمرار في تنمية الجذب المتواصل للحركة السياحية الوافدة لابد وأن يكون هناك وعي بيئي فالسياحة لا تزدهر في ظل بيئة ملوثة بل لأنها أي البيئة الملوثة قد تؤدي في النهاية إلى انكماش الحركة السياحية ويصلح ذلك خفض حجم الأعمال الفنية وهبوط حركة الملاحة البحرية والجوية من وإلى البلاد وتكون النتيجة الختمية لذلك فقدان مصدر دخل كبير من النقد الأجنبي - ولذلك فقد تدخلت وزارة السياحة في مجال الحفاظ على البيئة بإصدار مجموعة من التعليمات البيئية المستندة لنواحي الغوص ولشركات السياحة التي تعمل في رحلات السفاري أو مجال صيد الطيور وتعليمات مستندة للمطاعم والفنادق العائمة وعلى ذلك ومن هذا المنطلق فإن الوعي البيئي لابد وأن يكون منهج عمل جاد وأن يبدأ ذلك بالمدارس الإعدادية والثانوية

والجامعة بإلقاء المحاضرات أو تضمين المناهج الدراسية مفاهيم البيئة وكيفية الحفاظ عليها وأن تهتم وسائل الإعلام ومختلف الوزارات والهيئات التي لها صلة بالسياحة كوزارات الثقافة والإعلام والتنمية المحلية والإسكان كل في مجالها بإصدار توجيهات ومؤشرات لكافة السياسات الإدارية بأهمية الحفاظ على البيئة وخلق الوعي البيئي ليس بالأمر المستحيل كما أنه ليس بالأمر السهل والميسور إلا إذا اتخذت إجراءات جادة للحفاظ على البيئة ليس من أجل السياحة فقط ولكن من أجل الإنسان المصري أولاً الذي يتأثر ويؤثر في البيئة المحيطة به .

#### ٦. القصور في حماية نهر النيل ومشاكل النقل النهري ..

الشعب المصري قلبه النابض اسمه النيل فهو شريان الحياة الرئيسي وقيما قالوا أن مصر هي هبة النيل - لكن عند الحديث عن نهر النيل فإننا نجد شجوناً كثيرة مصدرها ما قرأ في قلب المصريين من أن النيل هو صاحب أجمل الذكريات لدى كثير من فئات الشعب وهو الذي ينكرنا بأن السياحة النيلية في الزمن الماضي كانت هي الروعة وكانت هي السحر والخيال - كل الدول السياحية لديها بحار وشمس ورمال ولكن مصر وحدها في العالم لديها النيل - المنتج السياحي الفريد الذي يحدث في النيل ومع النيل يجعل الإنسان يتحسر على ما يحدث معه من إهمال وقصور رهيب في حمايته - أن مسئولية حماية نهر النيل من التحديات والإهمال البيئي له مسئولية كل فرد - بدءاً من أطفال القرى ومسيدات الفلاحين والمزارعين ووصولاً إلى موظفي وزارة الموارد المائية حتى الوزير ومروراً بكل محافظي مصر من أسوان حتى الإسكندرية ووزارة البيئة بل كل من يحب مصر عليه أن يضع نيلها في سويداء قلبه وفي مقلتي عينيه وهذه ليست كلمات عاطفية ومشاعر إنسانية ولكنها الواقع الذي يجب أن يعمه كل من يعيش على أرض مصر ويشرب من نيلها ويرتوي من عطائه لكل إنسان مشاكل النيل تبدأ بالاعتداء عليه بإلقاء المخلفات الملوثة لمياهه سواء كانت هذه المخلفات صلبة أو سائلة وصولاً إلى الصرف الصناعي والكيماويات مروراً بالتقادم فمجرى النيل في حاجة إلى تطهير وتوسيع وتطوير - كيف لم يتفق ذهن أي فنان تشكيلي على

أن يتم الاهتمام بصفتي النيل بغرس مزروعات وأشجار وحتى أشجار الفاكهة المثمرة - كيف لا توجد لدى المسؤولين رؤية الاستعانة بالفنانين التشكيليين لتجميل للنهر - يجب وقف التصور في حماية نهر النيل من الاعتداء عليه هذا الاعتداء المنافر من كل من يستفيد منه - كيف لا يتكاتف الجميع لعودة نهر النيل إلى ما كان عليه في الزمن الجميل . لتعود إليه الرحلات الساحرة والجاذبة لعشاق الهدوء والجمال والتمتع بالمنظر الخلاب أما الحديث عن المشاكل التي تتعرض له البواخر والفنادق العائمة فهي كثيرة - نستطيع أن نحصر منها :

١. عدم وجود الأماكن الملائمة لرسو البواخر فخلو الأماكن السياحية التي يجب السائحون زيارتها تخلو من المراسي الملائم المجهز بمعدات للرسو وما تحتاجه هذه المراسي من مخازن للتموين سواء الوقود أو المأكولات أو المشروبات والمياه الصالحة للشرب ثم بالطرق الممهدة التي تصل هذه المراسي بأماكن زيارة المصانع والمواقع الأثرية والسياحية .

٢. الملاحة ليلا في النيل مخاطره حيث لا توجد علامات مرور أسوة بالأنهار الملاحية للكبيرة إنما الاعتماد على العنصر البشري الذي يقود القندق العائم أو البخارة - ولذلك تستغرق الرحلة وقتا أطول وتزيد بالتالي مصاريفها ويحجم السياح عن القيام بها ، ويتصل بعلامات المرور عدم وجود إضاءة على طول مجرى النيل - وهذا المجرى يوجد به بعض المناطق الضحلة الأمر الذي يؤدي إلى تعطل الملاحة في كثير من الأحيان .

٣. لابد من وجود مركز قيادة وسيطرة مزود بالجهزة الاتصالات لربط كل السفن العائمة بهذا المركز الذي لابد وأن يتوافر به شاشات مركزية تحدد البخارة أو البواخر العائمة خلال مرحلتها عبر النهر وحتى نقط وصولها - وارتباط هذه المراكز بشرطة المسطحات المائية .

٤. العدة السنوية التي تنتج عن تقليل المياه من خلف السد العالي مما يؤدي إلى انخفاض منسوب المياه خاصة في فصل الشتاء الذي يتزامن معه الإقبال السياحي على الجنوب لما يتميز به من شمس دافئة وجو صحو وهذه العدة

## الشتوية تعوق البواخر السياحية الكبيرة من القيام برحلاتها .

٥. هويس إسنا للجديد يجب الانتهاء منه حيث بدء العمل فيه منذ ثلاث سنوات ولم يتم الانتهاء منه وذلك لحل مشكلة البواخر أو الفنادق العائمة أمام الهويس القديم الذي تضطر البواخر أحيانا للانتظار أمامه ساعات طويلة ويضيع عليهم جزء كبير من البرنامج المعد لهم أو يفتقدوا مواعيد رحلاتهم بالطائرات

وعلى ذلك فإن وزارة السياحة عليها المسئولية الأكبر نحو استعادة نهر النيل لمكانته العالمية كأحد المنتجات السياحية الفريدة فالسياحة النيلية أحد أهم المقومات للتنشيط السياحي أو الجذب لسياحة السحر والخيال - والسياحة النيلية من أكثر أدوات التنمية وتوفير فرص العمل لأبناء الصعيد - وعلى وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي إطلاق حملات توعية لتنشيط السياحة النيلية لمصر فقط هي التي تمتلك النيل سياحيا وعليها أن تفرض على هذه السياحة أكبر قدر من الرقابة والمتابعة - خاصة فيما يتعلق بأسعار الرحلات التي تزدت كثيرا عما كانت عليه وارتفاع الأسعار للرحلات النيلية يجب أن يتلزم معها تقديم خدمات جيدة ويجب فتح أسواق جديدة لهذه السياحة وتقديمها في صورة جيدة فالجودة هي مفتاح الدخول للسياحة وخاصة تلك السياحة التي تستغرق وقتا طويلا ويجب عودة السياحة النيلية من القاهرة إلى أسوان والتي توقفت في تسعينات القرن الماضي لأسباب أمنية أو لإصلاح مجرى النيل ويمكن أن تكون الرحلات من القاهرة إلى المنيا أو بني سويف أو أسيوط .

يجب أن يتم الاتفاق مع هيئة الآثار لفتح مزيد من المواقع الأثرية والمزارات الجديدة يجب ألا تترك السياحة النيلية تغرق في قاع النيل ولكن ببدا أن نلقي لها بطوق نجاة يخلصها وينتشلها من الغرق - وهذا الغرق سينتج من تكرار ما سبق حدوثه ولا يمكن السكوت عليه فمثلا تم ضبط باخرة سياحية تقل ٣١ سائحا قامت بالإبحار بدون ترخيص ومخالفة للشروط البيئية وعدم وجود وسائل إنقاذ وإطفاء - وصدر قرار بإيقاف الباخرة ولكن طاقمها لم يهتم بهذا القرار ولا



حتى بالأرواح المقتلة لهم وتم إحارها دون لإللاغ إدارة تلمين العائمات السياحية -  
ورفض الطاقم الاستجابة لنداءات الشرطة التي طارقتها لإعانتها إلى مكانها -  
والعناية الإلهية تتدخل لإنقاذ ١٢٨ سائحا من الفرق في تصادم باخرتين أمام  
المرسى السياحي إسنا أثناء تحرك إحداها في طريقها إلى أسوان وعلى متنها ٥٨  
سائحا من جنسيات مختلفة - اصطدمت بالثانية وبها ٨٠ سائحا انجليزيا والحمد لله  
لم تحدث خسائر في الأرواح - أما الباخرة التي تحمل ١٦٠ سائحا فرنسيا وتلك  
الباخرة التي تحمل ١٨٩ سائحا من نفس الجنسية فقد تصادتا لينتج عنهما خسائر  
مادية فقط .

نترك التصادم ونتجه إلى الحرائق فقد شب حريق بإحدى البواخر النيلية  
ويا للهول - يعلن الوزراء أن سبب الحريق تسخين الجوزة في كابينة القيادة - ثم  
ينشب حريق آخر في باخرة تحمل ١٥٨ سائحا - إذا القول بان هناك قصور  
والقول انه يجب أن تتولى كافة الجهات المسئولة وعلى رأسها وزارة السياحة  
والأجهزة التابعة لها مهمة فرض الرقابة والمتابعة بل والمحاسبة الشديدة لكل من  
يخالف فهذه السياحة بالاهتمام فلا يحفل أن تكون وسائل الاطفاء وطفاليات الحريق  
مجرد ديكور والاضباب والموكيت داخل معظم البواخر لم يتم معالجتهم ضد  
الحريق - رجال الأمن غير مدربين - شهادات الصلاحية يمنحها موظف معدم  
الضمير - المراسي السياحية مكتظة ولا تتوفر بها شروط الأمان - الجهات  
الحكومية المسئولة عن سلامة الباخرة تعمل في جزر منعزلة عن وزارة السياحة ،  
لأبد من وقفة لإنقاذ السياحة للنيلية من للغرق في النيل .

#### ٧. القصور في الاستفادة من شواطئ البحير والبحيرات والقلة الواضحة في عدد اليخوت ..

١٠٨٠ كم + ٨٧٠ كم + ٩٥٠ كم والمجموع ٢٩٠٠ كم هذه هي أطوال  
شواطئ البحار المصرية في كل من البحر الأحمر وسيناء والبحر الأبيض على  
التوالي وهناك رقم آخر أورنته بعض المصادر العلمية أن أطول الشواطئ البحرية  
المصرية ٣٨٠٠ ولما كان الرقم الصحيح أو الأقرب إلى الحقيقة فإنها تعد حقيقة  
مفرزة أن يكون لدينا هذه الشواطئ وهذه الرمال الناعمة على طول شواطئنا ولا

نستفيد منها ونحن في هذا الكتاب ليس من أغراضنا اتهام أحد بالتقصير ولكن المهم لدينا أن نبحث أسباب القصور وكيفية تلاقي هذا القصور وأن نوجد صيغة يستفاد منها في وضع الحلول فالتنشيط السياحي ليس مجرد نافذة موارية ونريد فتحها على مصراعها ولكن للتنشيط السياحي هو الباب الملكي للولوج منه إلى عقر دار التنمية السياحية الشاملة - ولكي نوضح القصور في الاستفادة من شواطئ البحر والبحيرات علينا :

أولا : أن نعرض أولا لأسباب عدم الاستفادة ثم نتطرق لكيفية الاستفادة من هذه الشواطئ فمن أهم أسباب عدم الاستفادة هو تلوث مياه البحار خصوصا حول المناطق الصناعية المقامة على شواطئ البحار - كم منطقة أبو قير مثلا شرق الإسكندرية - وأيضا حول الموانئ التي تكفلها أنواع عديدة من السفن والنقلات وأيضا الصرف الصحي للمدن الساحلية التي تصب هذه المدن في البحر مباشرة دون معالجة - بالإضافة إلى تلوث البحر بالبترول الناتج عن نشاط النقل والاستكشاف والتنقيب أو قيام البواخر بغسل تنكاتها أو لتسرب الزيت أو نفايات المصانع ومئات الأطنان من بقايا المبيدات الحشرية ومخلفات الصرف الزراعي التي تصبها الأنهار إلى البحار ولعل هذا السبب هو الذي قلل من الأحياء المائية في البحر المتوسط وقلل ذلك إلى تخفيض مولد الصيد بنسبة عالية إذا تعرض شواطئ البحر المتوسط للاعتمادات البيئية حول شواطئه إلى مناطق غير قابلة للاستحمام وتلوث رمال شواطئنا بهذه المخلفات السوداء التي لختلطت بالرمل للقاعة فأفسدت جمالها وهددت كل من يحاول أو يخطر بالسباحة أو الاستلقاء على الرمال بالتلوث .

ولمعالجة أسباب القصور في هذا الأمر لابد من وقفة حازمة لكل من وزارة السياحة ووزارة البيئة ووزارة البترول والتصدي بكل حزم للممارسات الضارة بالبيئة البحرية حتى تتمكن من التنمية والتنشيط السياحي للشواطئ البحرية .

فلذا كان لدينا كل هذه الشواطئ للبيئة فكيف تتم الاستفادة منها سؤال اجابته

بسيطة وواضحة ومهولة ولكن يجب أعمال الفكر السياحي بالتدقيق في عناصر الجنب السياحي والبحث عن المعطيات السياحية الغنية لكل الشواطئ وتوسيع قاعدة التنشيط السياحي باستغلال العناصر الطبيعية الموجودة كالمنامخ المعتدل وجفافه ليصلح للاستغلال شتاء وصيفا كما هو حادث في تنظيم البحر الأحمر وقلة السحب والأمطار - ورغم اهتمام كتب الإرشاد السياحي الأوروبية والأمريكية بمنطقة البحر الأحمر وباعتبار أنها أكبر المحافظات مساحة (٢٠٠,٠٠٠ كم<sup>٢</sup>) إلا أن الاهتمام بها لم يصل لحد التسويق السياحي الجيد والمجزي خاصة ولها أنفاً سواحل مصر وأكثرها جفافاً وتمتد شواطئها بالرمال البيضاء النقية التي تمتد لمعالمات كبيرة أمام خلجان صافية المياه كثيرة الأحياء المائية لذا يجب الاهتمام بمحطات المياه وشبكات الصرف الصحي إذ أن قلة المياه العذبة تمثل المشكلة الرئيسية لل عمران ، وتسمير هذه المحافظة بالمراكز التجارية لعرض وتسويق المنتجات المختلفة والأزياء الوطنية وإنشاء الأملكن للترفيهية والمطاعم أما سيناء وهي مسرح للتاريخ السياحي الذي شهد أحداثاً لم تحظ بها بقعة في العالم وبها مغريات سياحية وثقافية ومقامات سياحية دينية ورياضية في شواطئ العريش وبحيرة البردويل وخليج السويس وسيناء تمثل المملكة السياحية المتمردة لكل أنماط السياحة الشاطئية الرياضية للترويجية وقد ظهرت مشروعات تنمية سياحية وصناعية واقتصادية واجتماعية - وقد كومت سيناء لنفسها جهازاً سياحياً متكاملأ أو شبه متكامل وأصبحت جميع مقوماتها في رواج وجيدة الاستغلال وأصبحت للسياحة الشاطئية قطاعاً قائماً بذاته ومورد ثروة وتنشيط - وجنبا لرياضات للترويج البحري والفضس والتصوير تحت الماء وسياحة الزوارق واليخوت والحقيقة أن الدولة تولي شمال وجنوب سيناء الكثير من الاهتمام من هذه الناحية .

أما شاطئ البحر الأبيض ويشمل إقليم الإسكندرية والساحل الشمالي حتى مرسى مطروح وسيدي براني والسلوم ويور فولد وشواطئ بحيرة البردويل والعريش حتى رفح وتتميز هذه الشواطئ بالرمال الناعمة والمياه الشفافة

وخاصة بالسلطان الشمالي وتعتبر شواطئ البحر الأبيض من أجمل شواطئ العالم .

ثانيا : ومن أهم ما يجب الاهتمام به بالنسبة للشواطئ إنشاء مراسي لليخوت ومرسى لليخوت هو ما يعرف باسم المارينا - ورياضة الليخوت يقام لها المسابقات الدولية - والمارينا تتشأ عادة في خليج صغير أو حوض جبل لضمان سكون الماء وحماية الليخوت والقوارب من العواصف والأنواء - ويجب أن يكون إنشاء المارينا في مكان يعتبر قرارا سياحيا تقف فيه الليخوت كما نراها في بيريه وفيينسيا ومرسيليا على سبيل المثال وألوان أشعتها وأعلامها زاهية ومبهجة - والمارينا هو المكان الذي يجبر فيه الصائح بعد رحلة بحرية شاقة للراحة والأمن والأمان لقاربه فيتركه ليتجول حول المارينا ويزور الأماكن السياحية ثم يعود إلى يخته أو قاربه ليجده في أيد أمينة وهناك إجراءات يتم اتخاذها عند وصول الليخت إلى المارينا - فيجد مندوب الجمارك - ومندوب الصحة - والجوازات وحرس الحدود - وصميم عمل المارينا السياحي هو وجود مكتب سياحي لحجز تذكار السفر إلى المزارات السياحية - أو حجز تذكار للملاحين الذين يرغبون في العودة لبلادهم .

وسياحة الليخوت تتميز عن باقي أنواع السياحة الأخرى فأصحاب الليخوت غالبا من الأثرياء أو كبار السن الذين يقضون وقتا أطول عند وصول يخوتهم إلى المارينا طلب للاستجمام والمتعة مع قدرتهم المالية في الإنفاق - وللأسف الشديد فإن أصحاب الليخوت سواء الكبيرة أو الصغيرة يفضلون عدم الانخراط من الشواطئ المصرية أولا لارتفاع رسوم الرسو في المواني المصرية أو لطول الإجراءات المملة - وبالنظر إلى شرق البحر المتوسط نجد أن مياهه يبحر فيها ما بين ١٠٠-١٢٠ ألف يخت مصر لا تحصل على أي نصيب يذكر وإذا حضر صاحب الليخت إلى مصر فغالبا لا يفكر مرة أخرى في العودة فعادة رحلة تتصف بالعذاب ومقابل الخدمات التي تؤدي لليخت تتساوى مع أنها لقوة دون منيب مقنع - فلا بد النظر إلى سياحة الليخوت من خلال المعاد الاقتصادي الكبير الذي تحققه

هذه السياحة وليس إلى العائد من تحصيل رسوم مختلفة تقوم بتحصيلها الجهات المتعاملة مع اليخت - والدليل على ذلك أن بعض البلدان المجاورة ألغت جميع الرسوم التي تحصل من اليخوت (لبنان - إسرائيل - اليونان - تركيا) لإدراك هذه الدول أن ما يتفقه السائح القادم على يخت في المطاعم والفنادق والمشتريات أكبر بكثير من تلك الرسوم المفروضة - الأمر الغريب هو تلك الجهات التي يتعامل معها صاحب اليخت - فهي متعددة ولا توجد في مكان واحد - وتضارب اختصاص بعض الجهات مع الجهات الأخرى - وعلى سبيل المثال فإن صاحب اليخت لا بد وأن يتعامل مع مخبرات حرس الحدود ونادي اليخت الذي يرمو في المارينا الخاصة به ثم إدارة الجوازات - ومصلحة الجمارك والحجر الصحي ومباحث أمن الدولة ومصلحة المواني والمنائر والتوكيل الملاحي - ومكافحة المخدرات - وهيئة الآثار وهيئة للتليفونات وشركات الكهرباء والمياه والمخبرات الحربية والمخابرات العامة - وهذه الجهات كلها لا تخضع لقرار واحد بل هناك قرار وزير المالية رقم ٧٤٩ لسنة ١٩٩٦ ويقضي هذا القرار أنه لا يجوز لليخت أن يدخل البلد مرة أخرى قبل انقضاء أربعة أشهر من مغادرته للبلاد - ومصلحة الجمارك وهي تتبع أيضا وزارة المالية تلزم الراكب القادم باليخت بضرورة عدم مغادرة البلاد طوال فترة وجود اليخت في مصر - وأصحاب اليخوت عادة ما يكونوا من الموسرين ويقومون بالإبحار على يخوتهم للاستمتاع بالإبحار في حد ذاته ثم يحضر ويمكث في البلد مدة من الزمن سواء كانت قصيرة أو طويلة ويعود إلى بلده بالطائرة تاركا اليخت في مصر ويعود إلى بلده بمعرفة طاقم اليخت .

ومن هنا فإن قصور التعامل مع سبلحة اليخوت لا بد من اتخاذ هذه

الخطوات :

١. تجميع أماكن التعامل مع اليخت في مكان واحد قريب من مكان رسو اليخت .
٢. اقتصار تطبيق قرار وزير المالية على اليخوت التي تقضي ١٢ شهرا بل أننا نرى أن يعاد النظر في هذا القرار جملة وتفصيلا ولا بد من معرفة السبب في هذا القرار لصالح سياحة اليخوت وليس لإبعادها عن شواطئنا .

٣. حيث ينظر إلى سيطرة الليخوت على أنها سياحة الأغنياء باعتبار أن من يمتلكون الليخوت هم الأثرياء وأن عليهم أن يدفعوا مبالغ طائلة فالرسوم التي يدفعها اليخت القادم إلى مصر تصل أحيانا إلى أكثر من ألف دولار بينما في تركيا وإسرائيل لا يتعدى المبلغ ٢٥ أو ٣٠ دولار عن نفس المدة - وكما ذكرنا فإن البحر المتوسط بجوئه ما لا يقل عن ١٠٠ ألف يخت - فكيف نتصور أن مصر لا باتي لها إلا أقل من مائة يخت - ليس بسبب الرسوم وحدها ولأن للأسباب التي ذكرناها فليس من المتصور أن يدفع اليخت رسوم في كل ميناء ينتقل إليه فإذا جاء اليخت إلى الغردقة - وانتقل إلى شرم الشيخ فإنه يدفع رسوم بالإضافة إلى الترخيص والمستندات والأوراق - بل أن قناة السويس رفعت رسومها على الليخوت بشكل كبير فمثلا كانت الرسوم حوالي ١٥٠ دولار ارتفعت إلى أكثر من ١٥٠٠ دولار ولنرى ماذا تفعل إسرائيل تقوم بنقل الليخوت على عربات مجهزة من موانئها إلى إيلات وبعد ذلك تبصر في البحر الأحمر كما تريد تفتاحا لعبور قناة السويس - وكانت قناة السويس تقوم بعمل تخفيض رسوم للعبور للبولخر السياحية التي تقوم بزيارة شرم الشيخ والغردقة ذهابا وعودة - في الوقت الذي تقوم فيه بتحصيل الرسوم كاملة عن الليخوت التي حاولتها أكثر من ٣٠٠ طن الذهاب إلى نفس المكان - وقد كانت هيئة قناة السويس تمنح حتى عام ٢٠٠٠ العائدات الصغيرة حتى ٣٠٠ طن بما فيها الليخوت إعفاء من رسوم العبور للقناة - وكان اليخت العابر يقوم بدفع مبلغ ٢٠ دولار وكل فرد من أفراد اليخت ١٠ دولار بالإضافة إلى رسم إرشاد وكانت هذه الرسوم لا تتعدى ١٥٠ دولار ونقل هذه الرسوم إذا قل عدد الطاقم عن خمسة أفراد - وكانت هذه الليخوت تعبر للقناة محدثة رواجاً في جميع المجالات ثم أصدرت هيئة قناة السويس لائحة بالرسوم الجديدة التي وصلت من ١٥٠ دولار إلى ١٥٠٠ أي عشرة أضعاف للرسوم السابقة فهل تتوقع وصول الليخوت مرة أخرى - وذلك فإن المقترح الآن هو عمل دراسات مقارنة مع الدول ذات المركز في مجال سياحة الليخوت كتركيا أو إسرائيل مثلا وللتان ولقنا اتحاد سياحة بحرية بينهما لتسويق سياحة الليخوت في شرق

المتوسط كما قامت الدولتان لعمل رالي لليخوت استمر لأكثر من عشرة أعوام - وهنا نتوجه بالمناسبة للمستولين سواء في قناة السويس أو الجمارك أو أي جهة تتعامل مع الليخوت بدراسة متأنية ودراسة جدوى لمعرفة أي الأمرين أفضل - تسهيل الدخول وتخفيض الرسوم - أم عقبات بيروقراطية وروتينية وزيادة الرسوم - قد يكون الفكر الثاني هو الأفضل من ناحية الدخول ولكننا نرى أننا نحتاج للدعاجة !!

## رواد وأعلام التنشيط السياحي

قبل الحديث عن الرواد والأعلام في مجال التنشيط السياحي في مصر يجب علينا أن نسأل أو نتساءل مسئولية من التنشيط السياحي ؟؟ الواقع أن هناك ثلاث إجابات مباشرة قد يجيب بها من يوجه له هذا السؤال - الإجابة الأولى أن مسئولية للتنشيط السياحي هي مسئولية كل أفراد المجتمع والإجابة الثانية أن التنشيط مسئولية العاملين في النشاط السياحي أما الإجابة الثالثة فهي أن التنشيط هو مسئولية القائمون بالعمل في هذا المجال - والواقع أن الإجابات الثلاثة عن السؤال البسيط وهي إجابات صحيحة ولكن تختلف المسئولية طبقا لحجم الدور الذي يقوم به كل من الفرد للعادي في المجتمع أو من يعمل في النشاط السياحي أو العاملين في مجال للتنشيط السياحي - فالفرد في المجتمع مسئوليته منحصرة في الوعي العام بأهمية السياحة وبالقواعد العامة المطلوبة للتعامل مع السائح والحفاظ على الأماكن السياحية والأثرية فإذا أدى هذا الدور فإن مسئوليته عن للتنشيط السياحي لبلده قد تحققت . أما العاملون في النشاط السياحي بصفة عامة كالعاملين في الفنادق والشركات والمجال والأنشطة السياحية المختلفة فإن مسئولية كل منهم تنحصر في الاهتمام بالعمل الذي يقومون به وأدائه بالصورة التي يتحقق بها نمو وإعلاء شأن الموقع السياحي الذي يعملون به لتكون الصورة السياحية العامة للعمل السياحي من خلال العاملين في النشاط صورة طيبة ووعي العاملين في النشاط السياحي يختلف عن الوعي لدى المواطن العادي فالعامل في النشاط السياحي أيا كان موقعه مديرا أو مسئولا كبيرا أو موظفا صغيرا يجب أن يكون لديه الوعي بالعمل المنوط به

وحجم هذا العمل وأن يكون متعلونا مع غيره سواء في العمل أو خارج نطاق العمل الوظيفي بما يخدم قطاع السباحة الذي يعمل به .

أما العاملون في مجال التنشيط السياحي فإن الدور الذي يجب عليهم أن يقوموا به مختلف تماما عن أدوار الفرد العادي أو للعاملون في المجال السياحي أو النشاط السياحي بصفة عامة إن دور العاملين في التنشيط السياحي هو حجر الزاوية في العملية التنشيطية - ويختلف هذا الدور أيضا بين من يقومون بالأعمال العادية اليومية والروتينية وبين للقيادة والرياسة للعمل التنشيطي - فالعمل الوظيفي أو الإداري يحتاج الخبرة الفنية وسعة الأفق ووفرة الثقافة وقيل ذلك كله الأمانة للتامة وتجنب الغش والخداع في أداء العمل أو تطبيق القوانين وهذه الأمور بديهيات العمل الوظيفي في أي مجال إلا أننا نرى أن العمل التنشيطي يستحق أن يؤدي بأعلى قدر من الاعتبارات الإدارية والوظيفية والفنية.

أما قيادة العمل التنشيطي أو رياسة الهيئة التنشيطية أو العمل في المواقع الهامة التي تستلزم اتخاذ قرار في ميئات تنشيط السباحة فهذا عمل يختلف عن العمل العادي في أي قطاع من قطاعات النشاط السياحي ورغم أهمية كل قطاع وكل نشاط سياحي إلا أن العمل التنشيطي يستلزم فكرا خاصا ومواصفات معينة فيمن يشغل هذا العمل وهنا علينا أن نوضح أمرين هامين : الأول أن هذا العمل ليس مهنة فقط وإنما هو مهنة وإن وهنا تكون الإدارة أو الرياسة لهذا العمل قيادة رشيدة ولذلك تظل أسماء هؤلاء القادة أو الرؤساء رنانة ليس في الوسط السياحي فقط بل في أوساط المثقفين عموما وإس في حياتهم فقط ولكن أيضا بعد انتقالهم فهم من يصنعون التقدم وهم أيضا من يعملون دون أن يتكلمون وهم من يسافرون بأفكارهم وينطلقون برؤاهم إلى مناطق ومجالات لم يطرقها الآخرون وهم الذين يعتبرون أن لنجاح فكرة تستحق أن يسيروا خلفها ليدعوا من أفكارهم ما يستطيعوا معه أن يقدموا لعملمهم أقصى درجات النجاح ومن هنا نستطيع أن نقول أن من ينجح في العمل التنشيطي قد وهبه الله هبة لم يهبها للآخرين بل ويفر عليهم الحصول عليها فهم لا يملكون الفن الفكري أو الدوافع الايجابية للانطلاق بثقة نحو هدف سامي وقد كان معروفا في علم الإدارة منذ عدة عقود أن المديرين يولدون



ولا يصنعون بمعنى أن الشباب يبدعون العمل من أول القاعدة وأن الذي يصلح لتولي قيادة العمل هو من يبلغ القمة في الأداء . الأمر الثاني بالرغم من أن قواعد الإدارة المعروفة للجميع إلا أنه وفي عصرنا الحالي وجدنا من يعتلي القمة بالواسطة أو بأساليب لا تتصل بقواعد العمل الوظيفية إنما بطرق أخرى لم تكن معروفة من قبل أو يعتلي قمة العمل بالصفة البحتة وهؤلاء يتميزون بالسطحية الفكرية والنقص في بعد النظر . والقصور في الابتكار والتجديد ولكنهم ينجحون في الاحتفاظ بكل عناصر الفضل ليقبوا في القاع بالرغم من وصولهم إلى القمة فهو يصعدون إلى القاع - قمتهم هي وفي نظرهم هم فقط كم سيحصلون وماذا سيستفيدون وماذا سيحظون - وما يحصلون عليه وما يستفيدون منه ويجنونه هو القاع الذي يأبى القادة والرؤساء بحق أن ينزلوا إليه أما الآخرين فمبعودهم يكون إلى القاع .

ونحمد الله أننا لن نتحدث إلا عن هؤلاء العظماء الذين سيظلون مثاليين دائما في أذهاننا حتى لو غابوا بأجسادهم عنا وذلك لجليل أعمالهم وعظيم إنجازهم وحسن أدائهم وروعة بصماتهم التي تركوها لتظل شاهدة على عطائهم وفي نفس الوقت شاهدة على خواء ما في القاع لهؤلاء الذين وصفناهم بأنهم صعدوا إلى القاع . وقد نضرب مثلا أو مثالين لهؤلاء الذين صعدوا إلى القاع لنبين الفرق بين القمم والرواد وبين الآخرين الذي شاء حظ السليحة العائر أن يتبعوا مناصب فيه .

أما هؤلاء العظماء الذين ستتحدث عنهم للأحياء منهم كل احترام وتقدير وتبجيل ولعن غابوا كل الدعاء بالرحمة والمغفرة وإن يسكنهم المولى سبحانه وتعالى جنته جزاء ما قدموا لوطنهم وعملهم . وأول من نتحدث عنه الجنرال العالم حسن رجب المفكر السليحي - رائد المجتمع المدني .

### الجنرال العالم حسن رجب - رائد المجتمع المدني

بعد حصوله في باريس على دبلومة الدراسات العليا في الكهرباء التحق المهندس حسن رجب بالكلية الحربية عام ١٩٣٩ وتخرج فيها برتبة اليوزباشي "التيق" حيث قام بجهد لائق في تطوير ورش الصيانة في الجيش وتحديثها تشيئا

لتنمشنى مع التقدم العالمى فى هذا المجال ، وكان رجب قد حصل على بكالوريوس الهندسة بتقدير امتياز من جامعة فؤاد الأول "القاهرة" التى انتقل إليها من الإسكندرية ليحقق رغبته العلمية حيث كان اهتمامه بالعلوم والآلات الميكانيكية ملزماً له منذ نعومة أظفاره ، وفى أثناء الحرب العالمية الثانية اخترع بوضلة رجب الشمسية التى اعتمد عليها الحلفاء اعتماداً عظيماً ، وفى عام ١٩٤٣ التحق بكلية أركان الحرب ، وتخرج فيها بتقدير امتياز فى المركز الأول وهو لا يزال برتبة الليوتنانت وجاء فى تقرير حصوله على الدرجة وهى الماجستير فى العلوم العسكرية : "تو مقدرة عالية على الابتكار ، محب للعلم يوجه أى عمل بنشاط كبير ، يدرس كثيراً ويبحث عن الحقيقة المجردة والعلم له أفكار خاصة وعنده للشجاعة لإبداء رأيه ويفكر تفكيراً سليماً وحينما تولى قسم المصلحة العسكرية طور من أسلوب رسم الخرائط ورفع الكثير من مناطق مصر التى لم تكن موقعة من قبل على خرائط الدولة ثم عين كأول ملحق عربى لمصر فى سفارتها بالولايات المتحدة وفى عام ١٩٤٨ عين الاميرالى "الحديد" حن رجب مديراً للبحوث والتطورات الحربية وبعد قيام الثورة قام بتطوير الكثير من الصناعات الحربية وادخل للكثير من هذه الصناعات التى لم تعرفها مصر من قبل زمع بواكير هذه الثورة بدأ جهده فى بناء أنشطة العمل المدنى بالقتراح إنشاء جمعية للكشافة البحرية ، ومع اعتراف مصر بالصين عين كأول سفير لها هناك وتولى هذا المنصب بعد هذا فى كل من إيطاليا ويوغسلافيا وكان الغرض من هذا هو الاستفادة من خبراته فى الإشراف على صفقات السلاح لأن مصر كانت فى هذه الفترة تعيد بناء جيش وطنى عصرى ومنه . فى عام ١٩٦٠ أنشأ معهد بحوث البردي لينجح فى كشف النقاب عن سر صناعة ورق البردي بعد ألف علم من اختفائها ، وابتكر أسلوباً متقدماً لترميم ورق البردي مما أنقذ ثروة مصر من برديات الفراعنة من الضياع واخترع عام ١٩٩٠ أول آلة كتابة بالحروف الهيروغليفية .

وكان لحسن رجب نشاط كبير فى تطوير العلم والفكر العلمى مع بداية إنشاء هذه الوزارة وكان له فضل إدخال بيوت الشباب فى مصر وضمها إلى المنظمة العالمية لبيوت الشباب وأنشأ بعد سنوات طويلة من الدراسة والإعداد

القرية الفرعونية ليقيم فيها نموذجاً للحياة في مصر القديمة هو الأسبق والأوحد ..  
نال أعلى الأوسمة والنياشين من عدة دول في جميع أنحاء العالم وكان بروتوكول  
الحكومة الصينية يقضي بأن يقوم السفير الجديد في مصر بعد تقديم أوراق اعتماده  
بزيارة خاصة للدكتور حسن رجب كما حصل على جائزة الدولة للتقديرية ووسام  
الجمهورية من الطبقة الأولى مرتين ، كان حسن رجب يجيد الإنجليزية والفرنسية  
والإيطالية والصينية والهيروغليفية .

### السيد / عادل طاهر

#### وزير السياحة الأسبق وأول رئيس للهيئة تنشيط السياحة

كان السيد عادل طاهر أول رئيس للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي  
عند إنشائها عام ١٩٨١ - وتولى وزارة السياحة في وزارة الدكتور فؤاد محي  
الدين من يناير ١٩٨٢ حتى أغسطس من نفس العام .

والمرحوم عادل طاهر علامة بارزة في تاريخ السياحة في مصر وكانت  
القضايا التي شغلتها قضايا سياحية لها قيمتها ووزنها فاهتمه بالسياحة الرياضية  
وتفعيل الرياضة لصالح السياحة أهم ما كان يسعى إليه ومن أهم القضايا التي شغله  
طوال حياته في العمل السياحي هي كيف تصبح مصر سوقاً دولياً للسياحة العربية  
ولكل منطقة للشرق الأوسط ودول شرقي البحر المتوسط وتمنى أن تصل تلك  
الإمكانات السياحة المصرية إلى المكافئة التي تستحقها في العالم فهو كان قادر  
الناس على الإحساس والشعور بمكانة مصر السياحية وكان يأمل أن تتأل نصيبها  
العادل الذي تستحقه من حكمة السياحة العالمية وكان من أهدافه الانتهاء من إنشاء  
للمنظمة العربية الإسلامية للسياحة والتي تضم كافة الدول العربية والإسلامية تحت  
إشراف جامعة الدول العربية وهو الهدف الذي ما زالت مصر تحاول أن يتم أو  
يتحقق وذلك لفتح الأسواق العربية بما يحفز الاستثمار السياحي والخدمات المرتبطة  
بها . وكان من القضايا التي شغلته أيضاً إثارة انتباه السياح للفنون والحرف  
الإسلامية وحل المشاكل التي تواجه مستقبل حركة تنمية الحرف والفنون في  
مناطق مختلفة لاسيما في مصر وسوريا وتونس والمغرب واليمن .

وكانت له نظرة مستقبلية بضرورة الاهتمام بالسياحة العلاجية خاصة بعد أن ظهرت أرقام تفيد أن ما يصرفه العرب في السياحة العلاجية في دولة كايوطاليا مثلا بلغ ٤٥٠ مليون دولار في عام ١٩٨٠ - ولدى الدول العربية ومصر خصوصا مناطق للسياحة العلاجية قد لا توجد في دولة أخرى .

إن عادل طاهر كان صاحب فكر سياحي عميق وروية سياحية شاملة - رحمه الله رحمة واسعة بقدر ما أعطى لمصر وللسياحة .

#### د. صلاح الدين عبد الوهاب - قمة الهرم العلمي السياحي

الكتابة عن القمم يشتر للكتب بفخر أنه يكتب عن هذه القمم فما بالناس بالتعامل مع القمة نفسها - إن يتخيل أحد أن تواضع هذا العالم وأسلوب حديثه مع اصغر تلاميذه ومناقشاته مع أبسط الناس أن هذا الرجل هو القمة بعينها ولكن هذه سمرة العلماء وهذه صفاتهم أما وصفهم فنحن لا نستطيع وصفهم ولكننا نجتهد في أن نلقي شعاعا من الضوء على مسيرة هذا العالم الذي هو خريج كلية الحقوق جامعة القاهرة عام ١٩٥٠ وعمل بالنيابة العامة والقضاء اثني عشر عاما ، وإن كانت المنصة التي كان يجلس عليها قد خسرت قاضيا فقد كسبته جهات أخرى عديدة - فقد حصل على زملة ما بعد الدكتوراه من نفس الجامعة وفي عام ١٩٦٣ عين مديرا لمؤسسة السياحة والنفاد ثم رئيسا لمصلحة السياحة عام ١٩٦٤ وجمع بينها وبين مؤسسة السياحة - ثم عمل أستاذا للقانون والسياحة بالجامعة الأردنية ما بين عامي ١٩٦٧-١٩٦٩ وعين رئيسا لمجلس إدارة فندق شبرد إلى أن اختير خيرا بالأمم المتحدة (منظمة العمل الدولية) يفترض عام ١٩٧١ ثم مديرا لبرامج التنمية السياحية بمركز الأمم المتحدة بتورنتو بإيطاليا .

في عام ١٩٧٧ عين رئيسا لمجلس إدارة الشركة المصرية لتنمية السياحة ومشرفا على وكالة الوزارة للتخطيط السياحي وفي عام ١٩٧٨ عين وكيل أول وزارة مستشارا لوزير للتصميم ورئيسا لجهاز تنمية الساحل الشمالي .

ثم عين رئيسا لمجلس إدارة شركة مصر أسوان للسياحة من عام ١٩٨٠ -

١٩٨٤ وعمل مستشارا لمنظمة السياحة العالمية وأستاذًا زائرا بجامعة جورج واشنطن بالولايات المتحدة وهو أستاذ غير متفرغ بكليات السياحة والفنادق بالإسكندرية وحولان والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا .

حتى عام ١٩٨٨ شارك بأبحاثه في أكثر من مائة مؤتمر سياحي قومي ودولي كما شارك في وضع الخطط السياحية لأكثر من عشرين دولة وله حتى هذا التاريخ أكثر من عشرة مؤلفات في القانون وأكثر من عشرة مؤلفات في السياحة وأكثر من ستين بحثا في القانون وأكثر من مائة وعشرين بحثا علميا في السياحة منشورة في مصر وبريطانيا وسويسرا وإسبانيا والولايات المتحدة والبرازيل - كل ذلك كان قبل عشرون عاما أما الآن فيصعب حصر المؤلفات العلمية والأبحاث - وهو الآن ويفضل من الله تعالى يعمل مستشارا قانونيا وسياحيا بمكتبه ويتابع مكتبه ومطبوعاته وأفكر إبنى أفكرتي للتدريس بأحد المعاهد العليا للسياحة وكانت المسادة التي أقوم بتدريسها هي نظرية السياحة الدولية ولم أجد خيرا من كتابه الصادر عام ١٩٩٢ والطبعات التالية له لأقوم بالتدريس على هذا الكتاب فكان فخرا لي أن أقوم بالشرح لأبنائي الطلبة نظرية السياحة واتجاهاتها ومقومات صناعتها وأسس تنميتها في مصر بالأسلوب العلمي الدقيق والكلمات الموضوعية التي تبحث عن الحقيقة من خلال الإحصائيات والإيرادات السياحية وأسلوب التسويق ومياسة التنشيط وعملية التخطيط والتنبؤ بحركة السياحة ثم الوعي السياحي ومقومات صناعة السياحة - كل هذه المعلومات ثم توصيلها وعرضها وإقناعها على الجيل الصاعد من الذين سيمولون في السياحة يفخروا كما افخر أنا بأنهم تلقوا علما من كتاب الأستاذ القمة د. صلاح عبد الوهاب ولأستاذ كتب باللغة الانجليزية نذكر منها State Policy on Tourism الذي طبع عام ١٩٧٤ في إيطاليا وترجم عام ١٩٧٥ في مصر بمعرفة البنك الأهلي المصري - وأيضا Tourism Management الذي طبع في لندن عام ١٩٧٥ وكتاب Tourism Marketing بالاشتراك مع الأستاذين جاك كرليون الأمريكي ولويس روتيلد الانجليزي الاسباني وطبع في لندن عام ١٩٧٦ وأيضا Managerial Aspects of Tourism الذي طبع عام ١٩٧٦ وكتاب مطبوع باللغة الاسبانية عن إدارة وتنظيم

السياحة عام ١٩٧٧ و Studies on Tourism Planning طبع بالقاهرة ١٩٧٩ .

أما كتبه التي أصبحت مراجع لكل الدارسين في السياحة فهي عن السياسة  
القومية للتسويق السياحي وتخطيط الموارد السياحية - ونظرية السياحة الدولية  
والاتجاهات الدولية للسياحة وإدارة منظماتها ورفع مستوى كفاءة صناعة السياحة .

هذه قطرة في محيط علم هذا العالم الذي أسس علميا للنهضة السياحية  
المصرية للتشيط السياحي وتعدى شماع معرفته وإيهار معلوماته الآفاق ومن  
الأمر التي تبعث على فخر أي أستاذ أو دارس للسياحة أن يرى في قائمة المراجع  
التي تنشر في الكتب السياحية الأجنبية أن ترى اسم Wehab وهاب بكسر الـواو  
وفتح الهاء كأحد أهم المراجع - ألم نقل في مقدمته حديثنا عن هذه الشخصية  
العلمية العالمية إتنا نشعر بالفخر لأننا نكتب عنه واعتقد أن شعورنا بالفخر سيتصل  
إلى قارئنا العزيز فشكرا لمن نتحدث عنه وشكرا لمن يقرأ عن نتحدث عنه .

### محمد نسيم - العملاق قلب الأسود

المرحوم محمد نسيم أحمد عملاقة هذا الوطن فقد كان نالجا في كل  
المواقع التي تبوأها فهو ابن القوات المسلحة وهو من صناع المجد في أهم أجهزة  
الأمن القومي وهو الذي أصاب الأعداء في مقتل وتاريخه حافل ومضيه وبطولاته  
مطرتها أقلام أدباء الأعمال الوطنية وظهرت على شاشة التليفزيون هذه الأعمال  
تحت أسماء مستعارة فقد عمل في هذه الأجهزة دون أن يعرف حتى لقرب الناس  
إليه طبيعة عمله أو قدر المهام التي يقوم بها - وقد عمل لفترة ملحقا عسكريا في  
دولة أوروبية - وفي كل خطوته الوثيقة كان مثالا مشرفا للإنسان المصري  
الوطني حتى النخاع العملاق في تحمل مسئولية من أكبر المسئوليات للوطنية -  
ويكفي أنه لقب بقلب الأسود فقد كان فعلا أسدا ويحمل قلب الأسود كلها - وحديثنا  
عن هذا العملاق سنقتصر على ما لدينا من أنشطة في السياحة التي تبوأ مركز  
رئيس الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي بعد الارتاد لهذا العمل المرحوم عادل  
طاهر والذي كان أول رئيس لهذه الهيئة عند إنشائها عام ١٩٨١ ثم بعد ذلك كان  
وزيرا للسياحة وقد كان من ضمن المهام التي اضطلع بها المتداة بأن تكون

السياحة هدف قومي أو إعلان مبدأ قومية السياحة واعتبارها نشاطاً قومياً يخدم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومصدر أساسي لتوفير العملات الأجنبية وكانت فكرته عن قومية السياحة أن تتحول إلى هدف قومي مثل البترول والممرور في قناة السويس وفي إطار قومية السياحة سوف تتربط جميع الأجهزة للقرية والبعيدة بالأساس بالعمل السياحي وتلتزم بهذا الإطار مما يعمل هذا على تحقيق نشاطاً في السياحة ويمنع التضارب في الاختصاصات وفي رأينا أن بداية الاعتراف بأن السياحة مرفق ذو طبيعة خاصة وصدور قرار رئيس مجلس الوزراء بهذا للمضمون عام ١٩٨٥ كانت بدليته الاجتماعات التي تقرر فيها هذه الفكرة حيث تم إعداد مذكرة بهذا الموضوع القومي الهام وتلك الاقتراحات الهامة التي قدمت للنهوض بالسياحة لعرضها على مجلس الوزراء لمناقشتها تمهيداً لإصدار قرار بإعلان قومية السياحة - وهذا الصلاق كان صاحب فكرة والتي الفراعة وهو أحد الأحداث السياحية التي يقبل عليها الأوروبيون والمهتمين بسباق السيارات والدراجات النارية (الموتوسيكلات) وهذا الحدث تنقله عشرات من محطات التلفزيون العالمية ومزال هذا للوالي يقام كل عام في أواخر شهر سبتمبر وأوائل شهر أكتوبر حيث يكون الجو معتدلاً - كما كان أيضاً صاحب فكرة والتي اليخوت وأفكار أخرى كان منها تصوير حلقة خاصة عن مصر منتها ساعتين مع شركة "سفينة الحب" الأمريكية للإنتاج التلفزيوني والسينمائي والذي يشاهده حوالي ١٦ مليون أمريكي وإن الحلقة التي مستنتج عن مصر سيتم إذاعتها في ٧٠ دولة وكان للسيد محمد نسيم دور هام في إنتاج أفلام للمناطق السياحية والأثرية بمصر وأرسلت هذه الأفلام إلى قسم السياحة بجامعة جورج واشنطن .

وقام التلفزيون البريطاني بتصوير ٣ حلقات من سلسلة برامج الحياة القديم وتناولت الحلقات حياة الفراعة وطريقهم في العبادة والزراعة والصناعة وطرق تشييد المعابد ومعلومات عن محتويات المتحف البريطاني من الآثار المصرية المحفوظة به .

وقامت مجلة أمريكية بإهداء هيئة تنظيم السياحة عدة نسخ من فيلم تم

تصويره من خلال منطاد فوق ١٧ محافظة مصرية ، وتم عرض الفيلم في أمريكا وأوروبا أما في اليابان فقد تم إقامة احتفال علم مصر في اليابان بإقامة معرض الآثار المصرية الفرعوني الذهبي وحضر الاحتفال ولي عهد اليابان ورئيس وزرائها ووزير السياحة المصري المرحوم وجيه شندي ووزير الثقافة المرحوم محمد عبد الحميد رضوان ورئيس هيئة الآثار المصرية المرحوم أحمد قنري ونظمت عدة أسابيع مصرية في اليابان وتم الاتفاق على حضور ٢٠ ألف سائح ياباني خلال عام ١٩٨٥ على أفواج طوال أشهر العام يقومون خلالها بزيارة المعالم السياحية والأثرية .

هذه نبذة بسيطة عن هذا السائق ونحن نترحم عليه وعلى العظماء أمثاله الذين أثروا الوطن بجليل أعمالهم والتي نفتقر في عصرنا الحالي هذا العطاء الثري.

### سيد موسى - المفكر السياحي الرفيع

الأستاذ سيد موسى هو أستاذ جيلنا الذي مارس العمل في التنشيط السياحي في الربع قرن الأخير من القرن العشرين - وإذا كنا قد وصفناه بالمفكر السياحي الرفيع فليس لأنه نحيف ولا تستطيع السمعة أن تقترب منه ولكنه رفيع من الرفة فهو مفكر من طراز رائع لأنه شامل المعرفة - موسوعي المعلومات لسانه طلق طلاقة أفكاره الفياضة يملك زمام الحديث أمام أي حشد سياحي أو غير سياحي فيقعن الكافة بما يريد أن يقدمهم به ولا يملكون ألمان حجته ومنطقه إلا أن يقتنعوا - يجيد الحديث بالانجليزية كلجلته اللغة العربية واللغة الإيطالية لها معه شأن كبير - عمل قرابة الأربعين عاما في قطاع السياحة إلى أن وصل إلى وظيفة وكيل أول وزارة السياحة التي انتقل منها للعمل رئيسا للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي حيث قضى في هذا المنصب سبع سنوات كانت هذه السنوات السبع هي السنوات الجفاف في مسيرة مصر السياحية - فالإرهاب كان يضرب بأطنابه في ربوع الوطن فبعد حادث الباهرة لكلي لاوري وبعد حادث الأمن المركزي ثم للتفجيرات الإرهابية التي أفضت مضاجع السياح المتواجدين في مصر ومنعت من



يفكر في القدوم إليها من الحضور كان سيد موسى فارس إدارة الأزمات وكلف بتنفيذ الخطط التي أسهم في وضعها لتخطي الأزمة الاقتصادية للناجمة عن عزوف السياح من القدوم إلى مصر ومتبعة خطط التنشيط والتسويق في أوروبا وأمريكا التي كان سباحها قد توجهوا إلى مناطق أخرى وحسب توقعات منظمة السياحة العالمية W.T.O أن للمد السياحي لمصر سينصر لفترات طويلة نتيجة لهذه الحوادث ولكن سرعان ما استطاعت مصر تخطي هذه الأزمة ولشادت المنظمة بأسلوب التصدي لهذه المواقف التي انتهت إلى عودة سريعة للمعدل الطبيعي للتنفق السياحي ، وهذا لا بد وان نذكر أن السنوات السبع العجاف من ناحية الإرهاب ، إلا أنها كانت وأيضا سنوات سمان في منحى آخر ففي هذه السنوات السبع ثم ربطه السياحة بالاقتصاد وكان ذلك توجه الوزير فؤاد سلطان وكان سيد موسى هو المنفذ لخطه الارتباط الوثيق بين السياحة والاقتصاد كما انه كان وراء المؤتمرات العالمية التي عقدت على ارض مصر ونذكر منها مؤتمر السكان العالمي ومكافحة الجريمة ثم مؤتمر الامسا وهي المؤتمرات التي فتحت باب الآلاف فكل للمؤتمرات السابقة كانت لا يتعدى أعداد مؤتمريها المئات ولكن ولوجود قاعتي المؤتمرات في القاهرة والإسكندرية فقد أصبحت مؤتمرات الآلاف تأخذ بعدا جديدا ورؤية مختلفة بناء على فلسفة تسويقية مناسبة وكان اهتمام سيد موسى بالحدث السياحي الكبير الذي حدث في عام ١٩٩٢ وكان مقرر له عام ١٩٩٠ إلا أن غزو الكويت في أغسطس ١٩٩٠ أوقف العمل في هذا الحدث وهو مهرجان اسكندريات العالم ولقد كان للدور الرائع الذي قام به سيد موسى في التحضير لهذا المهرجان واستقدام خبير ليطالي ولجتماعه الدائم المستمر مع القائمين على تنفيذ المهرجان وحضور فعالياته واستضافة رئيس منظمة الامسا في الإسكندرية عقب انتهاء مؤتمر الامسا وحضور العديد من المؤتمرين للمهرجان ونجاح المؤتمر والمهرجان معا كان دافعا للأستاذة سهير عبد الستار رئيس القسم السياحي بجريدة الجمهورية لان تكتب مقالا تحت عنوان "الاستاكنديرات" شادت فيه بكل من المناسبتين وارتباطهما ببعض وبالجهد التي بذلت لنجاح الحثتين .

## المرحوم الأستاذ / محي الدين الشاذلي - المنفى والمؤسس

مسيرة المرحوم الأستاذ / محي الدين الشاذلي تبعث على الإعجاب والتقدير لهذا الرجل ولد وعاش لينشئ ويؤسس ويقود قد عين بعد تخرجه علم ١٩٣٨ في شركة إسكندرية للملاحة وارتبط بمدينة الإسكندرية كما ارتبطت به فرغم اشتغاله لفترات مختلفة بعيدا عن الإسكندرية إلا أنه كان دائم العودة لها - ففي عام ١٩٥٢ كلف من مجلس قيادة الثورة بدراسة أوضاع شركة مصر للسياحة وكانت تعاني من مشاكل عديدة فتم فتكابه للقاهرة لهذا الغرض وهنا بدأت صلاته بالسياحة والتي كانت مرتبطة بالملاحة في هذا الوقت فقد كانت السفن هي التي تأتي بالسياح فلم تكن الطائرات قد انتشرت ولم تكن وسائل المواصلات من الأنابيبات المكيفة والسيارات المنتشرة الآن في كافة شوارع وطرق الجمهورية قد أخذت بعد دورا في قطاع السياحة - وفي هذا الوقت كانت علاقة مصر بالولايات المتحدة علاقة طيبة وكانت ترغب في مد جسور التعاون مع أمريكا - وصدر قرار بتعيين محي الدين الشاذلي ملحقا سليا في سفارتنا بواشنطن عام ١٩٥٣ - (إلا أن الرائد صلاح سالم وكان وزيرا للإرشاد القومي وكانت تتبعه مصلحة السياحة رأي أن هذه المصلحة تحتاج إلى جهود مثل هذا الرجل - وعرضت عليه رئاسة المصلحة فوافق على تولي هذه المسئولية الكبيرة رغم أن عمره لم يكن قد وصل للأربعين وألقى سفره إلى أمريكا وصدر قرار بتعيينه رئيسا لمصلحة السياحة علم ١٩٥٣ ولأن رؤية من رشحه لهذا المنصب كانت صائبة - فقد أظهرت الإحصائيات التي نشرتها الصحف ازدهار السياحة وزيادة عدد السياح زيادة ملحوظة خلال توليه رئاسة مصلحة السياحة وكان من أبرز قراراته إنشاء عدة مكاتب لمصلحة السياحة في الولايات المتحدة لتشجيع وتنشيط السياحة إلى مصر بين الأمريكيين - وهذه المكاتب التي انتشرت بعد ذلك في معظم العواصم الأوروبية والدول المصدرة للسياحة ويصل عدد هذه المكاتب الآن إلى أكثر من عشرين مكتبا في مختلف قارات العالم وتبع هذه المكاتب الآن الهيئة المصرية العامة لتنشيط السياح - كما رأس محي الدين الشاذلي وفدا مصر في مؤتمر الاستا الذي حضره ممثلو ٧٥ دولة وقام مع أعضاء الوفد بنشاط كبير نفت أنظار

ممثلو الدول الذين حضروا المؤتمر إلى مصر كمقصد سياحي جدير بالزيارة - ومن خلال هذا النشاط اتصل بالمسؤولين عن فنادق هيلتون العالمية وتم فعلا توقيع عقد إنشاء فندق هيلتون للنيل وكان الفندق في هذا الوقت صيحة سياحية لها صداها في مصر .

وكانت الوفود السياحية تعاني من تأخر حصولها على التأشيرات الخاصة بدخول مصر فأسهم مع الأجهزة المختصة لعمل تسهيلات كبيرة في منح التأشيرات من خلال السفارات والتوصليات وتم الاتفاق على فتح السياح تأشيرات الدخول في الموانئ والمطارات المصرية عقب وصولهم ولم يكن هذا النظام معمولاً به من قبل.

وفي عام ١٩٥٤ عاد إلى عمله الأساسي في مجال النقل البحري بمدينة الإسكندرية وأنشأ شركة المقطم للملاحة واستمر في رئاستها إلى أن ألفت في ١٩٥٧ صدر القرار الجمهوري بإنشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة وعين محي الدين الشاذلي كأول رئيس للهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الإسكندرية وقد وضع أساس هذه الهيئة ونظام العمل بها - وقد استمر العمل بالفكر السياحي والمنهج الذي أرساه محي الدين الشاذلي في الهيئة وخلفاؤه إلى ما يقرب من عشرين حيث انتهى الفكر وانتهى المنهج ونعتقد أن ما تم بناؤه في ثمانية وأربعين عاما يتم الآن هدمه بصورة منظمة وأصبحت الهيئة الآن مجرد تكريس الجهد لإعادة طباعة ما تم طبعه من قبل مع رفع أسماء السابقين ووضع أسماء الحاليين كما لو كنا في عهد رمسيس الثاني الذي أزال اسم رمسيس الأول وهكذا ... وبعد أن كانت هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية راقدة الهيئات على مستوى الجمهورية وإن بقي الهيئات كانت تسترشد بما يتم في الإسكندرية أصبحت الآن تدار بقلية بيروقراطية ورتينية بحتة ولا يتم البحث إلا عن بدلات حضور الجلسات وألقه الموضوعات وانتهى عهد الفكر الراقى والمبادرات الخلاقة وولدت أفكار محي الدين الشاذلي وخلفاؤه الذين أكملوا عدد الخمسة ونذكر على سبيل المثال أنه أول من فكر في عمل دورات تدريبية للمرشدين السياحيين الذين يعتبروا هم الرواد الأوائل في الإرشاد السياحي - وكان أيضا من أفكاره أن العمل السياحي

لا بد وأن يرتبط بالعمل الفني فالمسرح والفنون الشعبية عناصر هامة لتنشيط حركة السباحة فأنشأ فرقة الإسكندرية المسرحية وفرقة إسكندرية للفنون الشعبية وكان محي الدين الشاذلي يقدم دعماً للفرق المسرحية الواقعة في فترة الصيف للإسكندرية ومعنى ذلك أنه كان هناك خط فكري واضح لتنشيط السباحة بالإسكندرية أما الآن فلأسف هناك محاجة لمحو هذا الخط ولك الله يا مصر ويا إسكندرية .

### اللواء عبد القادر محمود — علامة متميزة

كان للمرحوم اللواء عبد القادر محمود متوسط القامة اسمر اللون ثاقب النظرات والحقيقة أنه كان رغم قامته المتوسطة عملاقاً متميزاً بعلمه وسعة لقائه وخبرته الواسعة وأسلوبه المتميز في الحديث والكتابة — وهو من مواليد حي رأس التين بالإسكندرية وحصل على البكالوريوس من مدرسة رأس التين الثانوية وكان أول شهادة البكالوريا في القطر المصري وتلقى جائزة من الأمير عمر طوسون وتخرج من كلية الشرطة عام ١٩٣٩ وكان أول دفعته وهي الدفعة التي تخرج فيها اللواء ممنوح سالم الذي وصل إلى رئيس مجلس الوزراء ومساعد رئيس الجمهورية وتدرج في العمل بالإسكندرية في قسم الأجانب — وللمباحث العامة وقسم حماية الأدب وكان أول قائد لشرطة النجدة عند إنشائها بالإسكندرية ونال العديد من الأوسمة والأنواط أثناء خدمته بالشرطة وكان نشاطه المسيحي يتسم بالديناميكية والحركة النشطة فقد أنشأ أول قرية مسيحية بالمعجمي وهي قرية ناصر المسيحية — وأقام مهرجانات الأغنية العالمية بالاشتراك مع منظمة الفيدوف ودعى للإسكندرية الفرق الغنية العالمية كالبولشوي والكوميدي فرانسيس ودعم فرق الإسكندرية للمسرح والفنون الشعبية ، وأمام مسرح بيرم التونسي الذي كانت فرق وزارة الثقافة المسرحية تقدم عليه المسرحيات الضخمة إلى أن نال هذا المسرح ما ناله من نقل ملكيته وتبعية إلى المحافظة — لتسده إلى منتج من القطاع الخاص ليؤجره لفرقة تعرض مسرحية "سداح مداح" لفترة قصيرة ثم يطلق لسنوات طويلة ولا يتم الانتفاع منه أو حتى تصديق إيجاره الزهيد .

كما اهتم اللواء عبد القادر محمود بتجميل الميادين وما زال تمثل

الأشعة المنطقة بمنطقة السلسلة وتمثال الغزلتين أمام كلية الهندسة بطريق الحرية وساعة الزهور أمام قسم شرطة باب شرق وأقام دورة لتدريب مسائقي التاكسي للتعامل مع السياح كما أقام دورة رياضية للشركات والدورة الصيفية لكرة القدم والتي شاركت فيها معظم النوادي المصرية وبعض الدول الأجنبية والعربية - وإنجازاته كثيرة وعديدة ورحمه الله بقر ما أعطى للإسكندرية .

### الأستاذ سعد خشانة - رجل العلاقات العامة

الأستاذ سعد خشانة هو ثالث رئيس لهيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية وهو رجل علاقات عامة من الطراز الأول فقد تخرج في هذا العمل إلى أن أصبح مديرا للعلاقات العامة بالمحافظة ثم اختاره المرحوم الدكتور نعيم أبو طالب ليشتغل منصب المستشار السياحي بالهيئة وقد أدى دوره بنجاح في مجال التنشيط واهتم بالمعالم السياحية ودعم النشاط الثقافي وأقام أول مهرجان السينما الذي مازال يحقد حتى يومنا هذا وكان الصحفي كمال الملاخ الأثري هو الذي فكر في إقامة هذا المهرجان بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة وأمام المعرض الزراعي الصناعي وكانت صلة الأستاذ سعد خشانة بالأجهزة الثقافية والسلك القنصلي مدخلة للتنشيط السياحي وقد حصل عدة أوسمة من إيطاليا وإسبانيا وفرنسا .

### الدكتور أحمد مصطفى - السياحي الجليلي

الدكتور أحمد مصطفى صاحب الثقافة الفرنسية الرفيعة والحاصل على بكالوريوس التجارة من جامعة الإسكندرية ودكتوراه الجامعة من أكاديمية باريس عام ١٩٩٠ عن تطوير السياحة ومشروعات للتعاون الدولي لحماية التراث المصري - بدما من إلقاء آثار النوبة إلى إحياء مكتبة الإسكندرية القديمة وتوقعات اثر المكتبة على الإسكندرية سياحيا .

وقد عمل الدكتور أحمد مصطفى خيرا باليونيسكو لدى حكومة زائير ومديرا لمكتب السياحة بميناء الإسكندرية ثم رئيسا للهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة حتى عام ١٩٨٥ حيث عين مستشارا سياحيا لمصر في باريس ثم مستشارا سياحيا

بالبانيا والبرتغال وكان ممثلا لمصر في منظمة السياحة العالمية W.T.O بمطرد  
، ويعمل حاليا أستاذًا غير كمتفرغ بكلية السياحة والفنادق جامعة الإسكندرية ومعظم  
المعاهد العليا السياحية وما زال عضوا بمجلس إدارة الهيئة ورئيس اللجنة الثقافية بنادي  
إسكندرية الرياضي اسبورتنج وعضو مجلس إدارة نادي روثاري الإسكندرية وعضو  
نقابة التجاربيين .

والدكتور أحمد مصطفى رغم الفترة القصيرة التي رأس فيها الهيئة  
الإقليمية إذ لم تتعد السنوات الأربع من ١٩٨١-١٩٨٥ إلا أنه وضع الأساس  
لتنقيف العاملين في المنشآت السياحية والفنادق أقام دورة المضيفين والمضيفات  
وأمام المهرجانات الفنية والرياضية بالإسكندرية ولعب للدبلوماسية يطلق على  
الدكتور أحمد مصطفى ليس لأنه عمل بسفاراتنا بالخارج ولكن لأنه يتميز بأدب  
حجم ومجامل وصاحب فكر مستدير ذكاء حاد صريح وهادئ ولن نطيل في  
الحديث عنه فهو احد معدي هذا الكتاب وله بصمة واضحة وجلية .

### السيدة نادية أحمد إبراهيم - قيادية السياحة

السيدة نادية إبراهيم خريجة قسم اللغة الانجليزية بكلية الآداب جامعة  
الإسكندرية وعندما نتحدث بطلاقة باللغة الانجليزية عندما نستمع إليها تحدث  
باللغة العربية الفصحى هي خريجة قسم اللغة العربية أم اللغة الانجليزية فهي تملك  
ناصية اللغتين ملكا تاما وكانت من الرعيل الأول الذي قام على أكتافه مكتب وزارة  
السياحة بالإسكندرية وكان يضم أيضا مكتب الهيئة المصرية العامة للتنشيط  
السياحي كفرع للهيئة بالإسكندرية وقد تبوأَت وظيفة مدير عام مكتب وزارة  
السياحة لفترة ليست قصيرة إلى أن أصبحت وكيل أول وزارة في نفس المكتب .  
وهي حاصلة على دبلوم عال في إدارة السياحة من منظمة العمل الدولية بتورينو  
بإيطاليا ودبلوم عال في إدارة تسويق المؤتمرات من فيلادلفيا بالولايات المتحدة  
الأمريكية وإجادتها اللغة الانجليزية لإجادة تامة فهي القاسم المشترك في كافة  
المؤتمرات السياحية الدولية بالخارج وكانت عضوا في الوفد الديني رأسه السيد  
وزير السياحة لحدد لتفافية سياحية مع تركيا - وكانت عضوا نشطا في الوفد

المصري لمؤتمر الاستا بلكيلكو بالمكسيك عام ١٩٧٨ ومؤتمر ميونخ عام ١٩٧٩ ومؤتمر هلاوي عام ١٩٨١ كما راست وفد محافظة الإسكندرية في بورصة السياحة العالمية ببرلين علمي ١٩٨٨ ، ١٩٨٩ .

وتميزت أثناء عملها في وزارة السياحة بدقة الفحص وشمول الرؤية والفكر للمنظم فحازت ثقة واحترام وتقدير كل العاملين في القطاع السياحي بالإسكندرية وكانت أول وكيل وزارة لمكتب وزارة السياحة بالإسكندرية منذ إنشاء المكتب في الخمسينات وحتى الآن وكما كان لها ريادتها وأستاذيتها في العمل بوزارة السياحة فقد تحولت هذه الأستاذة إلى عطاء فياض لأجيال جديدة من الدارسين وطلاب العلم في كلية السياحة والأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا حيث تقوم بتدريس مادة التنمية السياحية ونظرية السياحة والتخطيط السياحي ويسعد طلابها بتلقي العلم الأكاديمي مع التطبيقي من خلال محاضراتها المتميزة باللغة الانجليزية .

وإطلاق لقب لؤلؤة السياحة على السيدة نادية إبراهيم ليس من باب المجاملة فكما هي رائدة سياحية كبيرة بالإسكندرية وكما وهبت ملكة الإدارة والتدريس فقد وهبا الله ملكة الأداء الإذاعي قصوتها ينطلق دائما عبر أسلاك الأثير أو مجلجا في التمثيليات الإذاعية التي تؤديها بكل الهوية الفنية للناجعة من أعماقها ولذلك فإن المسؤولين عن السياحة بالإسكندرية لفتصوا فرصة عطائها الإداري والعلمي واستغلوا جمال صوتها وطبقته الذي يبدأ من النغم الهادئ الناعم إلى الصوت القوي المؤثر والنبرات. القوية وكلنا نستمع إلى سلم موسيقي متعدد الطبقات ولذلك فهي فيثارة للسياحة والفن .

وتكيدا على هذا القول فقد قامت بالتعليق على أفلام الفيديو التي أنتجتها الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة وخاصة فيلم الإسكندرية حبيتي باللغتين العربية والانجليزية - ولا ننسى أن مشاهدة لتجريبية توقفت أمام جناح الإسكندرية والذي قُدم لأول مرة عام ١٩٨٨ وأثناء عرض الأفلام استمعت وشاهدت هذه السيدة الانجليزية للفيلم وسألت هل يعمل لديكم في مصر خبراء لتجريب لتعليق على هذه

الأفلام ٢٢ سؤال كفت إجابته تقديم السيدة نادية إبراهيم للسباحة الانجليزية في  
برلين لتشرح لها بالانجليزية معالم الإسكندرية السياحية .

### السيدة سلوى أبو زيد - الشعلة المنطلة

هي السيدة المبسمة الهادئة الرائعة - التي تقول بعد أن تقاعدت "إنني  
سعيدة بما أنجزته" وأنجزها رائع فقد بدأت العمل بعد تخرجها من كلية الآداب قسم  
التاريخ بالعمل في مصلحة السياحة ثم في الهيئة المصرية العامة مع الصالقة من  
محمد نسيم وسيد موسى ووصلت إلى درجة وكيل الوزارة وكانت مسؤوليتها من  
أهم المسؤوليات فقد كانت المسئولة عن الدعاية والإعلام وإدارة المطبوعات  
والحملات الدعاية الداخلية - ووضع خطط لتغطية المناطق السياحية وكانت أول  
من استفاد من الأفلام الاسلاينز المرئية والمسموعة وتم توزيع هذه الأفلام  
السياحية على المكاتب السياحية في الخارج سافرت في مهام سياحية إلى النمسا  
وفرنسا وأستراليا وتركيا - وكانت مسئولة عن الدعاية لمصر في إطار جملة  
تشجيع السياحة من جنوب شرق آسيا - كما كانت مسئولة عن سباق اليخوت  
ورالي الفراشة - وكانت تشكل مع السيدة نادية إبراهيم وخليفتها السيدة ناريما  
حسن التي حملت الراية بعدما كان هذا الثلاثي الرقاع الأداء والوجهة السياحية  
المشرقة في تعاون تام مع الهيئة الإقليمية ولعل مشاركتهن الفعالة في كل الأحداث  
السياحية بالإسكندرية كانت تسهل من عمل الهيئة خاصة وإن السنتين نادية  
إبراهيم وسلوى أبو زيد كانتا من أعضاء مجلس إدارة الهيئة الإقليمية وساهمتا  
بجهد وفكر في كل المهرجانات والأنشطة السياحية المختلفة وكذلك نحن نعتبرهما  
من الرواد الذين ننحني أمام عطائهما وإخلاصهما لعملهما .

### السيدة فوقيه عمارة - الدينامو البشري

السيدة فوقيه عمارة نموذج حي للأداء الوظيفي المتميز - حاصلة على  
ليسانس الآداب قسم اللغة الفرنسية من جامعة الإسكندرية - عملت بالهيئة الإقليمية  
لتنشيط السياحة منذ تخرجها حتى التقاعد الوظيفي - عملت مع الرواد الأوائل  
للهيئة بدءا من محي الدين الشاذلي وعبد القادر محمود إلى المدير الخامس لها -



سيدة لها حضورها وشخصيتها المتميزة - شاركت في كل الأحداث السياحية الأنشطة التي قامت الهيئة بتنفيذها بدءا من مهرجان الأغنية الأول لدول البحر المتوسط إلى مهرجان اسكندريات العالم الأول والثاني ومثلت الإسكندرية في معرض طرابلس الدولي - كانت تشرف على جناح الإسكندرية في مهرجان المحافظات الذي كان يقام كل عام في محافظة مختلفة ، وأسهمت بجهد كبير في إعداد البرامج السياحية للإسكندرية - وكانت تشرف بكل الاجتهاد والجد على المنشآت السياحية التابعة للهيئة وقامت بدور فعال ونشط في إقامة معرض الإسكندرية الزراعي الصناعي الذي أقيم في دورته الأولى بالشاطبي ثم عند نقله إلى الموقع الجديد له في مدخل الطريق الزراعي عام ١٩٨٦ وقد رفضت العمل بدرجة أكبر في ديوان المحافظة لأنها كانت تشعر أن الهيئة الإقليمية هي بيتها الثاني ولم تسع إلى الإعلام عن نفسها ولم تطمع في منصب أو وظيفة إنما كانت تؤدي عملها بكل همة ونشاط وكلها تقوم بأسمى الأعمال - إخلاصها وتفانيها في العمل وفكرها وموسوعيتها عن الهيئة مازالت محل تقدير الجميع .

### السيدة خديجة البهتيمي - المشاركة النشيطة

منذ تخرجها من كلية التجارة والتحقها بالعمل بالهيئة الإقليمية شاركت في كل أنشطة الهيئة حتى تلك الأنشطة التي كانت مقصورة على الرجال الأشداء ونقصد بها الأنشطة الرياضية فكانت تحضر لاجتماعات اللجان المختصة بالدورة الصيفية لكرة القدم ودورة الشراكات وتحضر للمباريات وتهتم بكل تفاصيل إقامة الفرق المشاركة وكانت لا تتوانى عن المسهر - أما دورها في مجال الشواطئ المتميزة وإدارة الشواطئ بصفة عامة فكانت تشاهدها تقف للإشراف على من يعملون بالشواطئ لا تبأ بالحر أو الشمس الحارقة أو حتى البرد القارس وإنما هي المشاركة الفعالة - في أثناء إنشاء المعرض الزراعي الصناعي لم تكن السيدتين فوقية عمارة وخديجة البهتيمي يتركان موقع العمل منذ الصباح الباكر وحتى المساء إلا بعد أن يشعر بأنه أصبح من الضروري والمحتّم مغادرة موقع العمل - تحملت مسئولية القافلة السياحية المتجهة إلى ليبيا كما تحملت مع باقي الوفد

السليحي من الهيئة الذي مثل الإسكندرية في كل من تركيا وروسيا للشرائح  
الدعائية وكتيبات - مصلحة رؤية ورأي وعندما تعتقد أن ما تراه صائبا فإنها تصر  
على رأيها مهما كان الرأي الآخر معارضا لرأيها أنها سيدة من طراز فريد  
شاركت بنشاط وهمة تستحق التقدير في أعمال هيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية  
حتى تقاعدها عام ٢٠٠٥ بعد أن عملت بكل الإخلاص والجدية ولذلك فهي تستحق  
مع السيدة فوقية عمارة أن تكونا من الرواد الذين نعتز بهم ونحترمهم ونقدرهم .

## سطور للتاريخ ..

ما سبق كلن عن رواد التنشيط السليحي بقدر ما أتيح لنا من معلومات  
عنهم وهؤلاء الرواد وغيرهم بشر يصيبوا ويخطئوا ينجحون في عمل ولا  
يصلحهم للحظ في أعمال أخرى - لكننا سلطنا شعاعا من الضوء على شخصياتهم  
وعن إنجازاتهم وعن أعمالهم وهؤلاء الرواد قدوة في أدائهم لعملهم وما سطورهم  
في تاريخهم الوظيفي حيث فخر ليس لهم فقط ولكن لنا وللأجيال القادمة ولم نسل  
ما سجلناه عنهم إلا ليماننا بنا بما قدموه لبلادهم ولإخلاصهم لعملهم ولأنهم كانوا قدوة  
لنا وللأجيال القادمة .

وما سنسجله هنا للتاريخ وهو الذي سيحاسبنا على كل كلمة أو حرف نكتبه  
وليس هدفنا أن نقل من شأن لحد أو نقد زيدا أو نعرض بعيبه ولكن من  
ملاحظتنا ومن المقارنة التي نقدما ومما تحت يدنا من أوراق والأجيال القادمة  
وللتقديرات الحالية التي عليها بل من واجبها أن تمحص وان تستعرض مسئولية كل  
فرد يعمل في هذا القطاع الهام والحيوي - وما يقوم به من أعمال وعليها أن  
تصحح المسار فهذه مسئولية سيحاسبنا الله عليها وما سنذكره ليس خافيا ولا سرا  
وإنما هي أشياء يشاهدها الجميع وسمع بها الجميع وعلمها الكبير قبل الصغير بل  
أن بعض الأخطاء والمآخذ ووفق عليها وأقرها رياست هذه التقديرات وأمسوه الحظ  
فإن العقد الأول من الألفية الثالثة بدأ ببداية غير طيبة وإذا استمرت أيام وسنوات  
هذه الألفية على نفس النمط فإله الأعلم عما ستؤول إليه الأمور .

في بداية الألفية أصبح مركز سليحي شاعرا بتقاعد شاغله ولان قيادات

فاسدة كانت بيدها الأمور فأتوا بمن يسائرهم في مساوئهم حتى تكون الوثيرة واحدة والعازفون منسجمون في ليقاع يتفق مع ما جلبوا عليه من الاستفادة القصوى من مواقعهم فالفساد ساد وأصبح الإصلاحيون ينزفون خشية أن يصيبهم رذاد هؤلاء المفسدون تسلمت هذه القيادة السيلاحية زمام أمور إدارة سيلاحية وكانت تدير سيرا جيدا بعدد محدد من العاملين والموظفين فإذا بالعدد يتضاعف خمس أو ست مرات والمحاسب لا بد وأن يتقوا والزملاء السابقين لا بد أن يتواجدا وما العمل الذي سيوكل إلى هؤلاء لا عمل إلا أن يقف عدد منهم ليقدم للتحية لرئيسهم الذي أتى بهم أو يمضون أمامه ليقتضوا له الطريق أو خلفه ليحملوا له محاميله أو ليجد من بين هؤلاء العاملين من يقوم بتدريس اللغات الأجنبية للمحروس في المنزل وأيضا لمن يقضي طلبات الحكومة المنزلية .. أو قيادة سيارة تابعة للعمل صرف عليها آلاف الجنيهات لاستعمال سيادة الحكومة المنزلية - ولو الفرضنا أن ذلك تم دون معرفة رياسات هذه القيادة - ألم تقم أجهزة الإعلام ما كتب عن ذلك في الجرائد والمجلات - أليس من مهازل التقدير أن تكون مهمة هذه القيادة التي شغلته وشغلت الجميع أن ينشأ دورة مياه خاصة به ملحقة بمكتبه ويتم صرفها الذي تصالط على موقع أثري هام وتتمتع اللجان وتكتب التقارير وتصدر قرارات الإزالة من الجهات المختصة ولكن لأن هذه القيادة تجد من يدافع عنها ولماذا يدافع عنها ؟ لأول مرة في تاريخ السيلاحية تعرض رسوم يقال عنها مقابل خدمة ولماذا للتوقيع على قائمة الأسعار ولماذا ؟؟ لتوفير المطالب الإدارية والفنية للعاملين بالإدارة ومصرفات انتقال المفتشين للقائمين بأعمال المعاينة وحوافز القائمين بكتابة وتحرير قوائم الأسعار والمجدين بالإدارة أوجه الإنفاق الأخرى الخاصة بالإدارة وللأسف الشديد حصيلة هذه المبالغ توزع بلا ضابط ولا رابط وعلى من وافق على هذا الرأي ومديري مكاتبهم وكل ذلك بالمخالفة لقرارات رئيس الوزراء والغريب أن كل ذلك نشر بوسائل الإعلام المختلفة - أليس من المؤسف والمحزن بل والمخزي أن يتفق ذهن قيادة سيلاحية وابتداع فكرة جديدة وهي كوتشينة بعدد أوراق الكوتشينة المعروفة ظهرها مكتبة الإسكندرية والوجه المزارات السيلاحية بالثر وان هذه الكوتشينة ستوزع تنكرا على ضيوف المكتبة وفي الفنادق والبارات بالمجان !!

ليست مأساة أن يستصدر من لا صلة له أو اختصا من قريب أو بعيد بالقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ أن يستصدر قرارا بخول له صفة مأمور الضبط القضائي وذلك بالنسبة للجرم التي تقع بالمخالفة لأحكام القانون المشار إليه في شأن المنشآت السياحية والفندقية وهذه المنشآت لا تتبعه ولا تخضع لاختصاصه - المؤسف والمحزن أن وسائل الإعلام تفتح أبوابها على مصراعيها لتطل على القراء والمشاهدين بأخبار أقل ما توصف به أنها كاذبة ومحض خيال كإنشاء مدينة متكاملة للكمامب المائية وأخرى على غرار ديزني لاند وإنشاء مدينة للسينما وتعديل بعض القوانين والتشريعات السياحية للجنب السياحي البحري - أما أهم الأعمال التي تقوم بها هذه القيادة سنويا هو المشاركة مع الفنانين في اختيار ملكة جمال الصيف - الحديث الموثق والمؤكد يحتاج لصفحات وصفحات ولكننا أردنا أن نسجل وللتاريخ فقط نوعية القيادات والفارق الكبير بين الفئتين فمن تحدثنا عنهم وعن إيجابياتهم يستحقون بكل الصدق والحق والأمانة أن نقف إجلالا واحتراما لعلمهم ولعلمهم ولتجربتهم ولوطنيتهم وإخلاصهم أما الآخرين فلنسا نحكمهم ولا نسالهم ولكن نتركهم للتاريخ ليحكم عليهم أو لهم وهل أعمالهم تتصل بالسياحة أم لا وإذا أردنا أن نورد مثلا آخر من تلك الأمثلة الغثة فالحديث عن قيادة تولت منصبها بمحض الصدفة فلم يكن أمام من رشحها لتولي المنصب إلا خيارين وكان هذا الأكل سورا ولكن في الظاهر فما أن تولى حتى ظهرت السوءات وبعد قيادة حازمة قوية شامخة شاهدنا قيادة متهرئة ضيقة تجري بالخطوات لتحظى بشرف لقاء القاصدين ويرفض القاصدون لقاءهم - قيادة استطاعت أن تلغي عشرات السنين في شهور بسيطة - أول إنجاز لها هو تقسيم العاملين إلى مع وضد ، وتمكنت هذه القيادة من تشويه الماضي برمي الرموز بسهام السوء فهو لم يتأثر بأي سطر من سطور التجارب الحيدة التي خاضتها الرموز المحترمة ولم تجد هذه القيادة إلا إعادة طبع ما سبق وتم نشره ووضع اسمه مكان من سبقه - إن البيروقراطية أصبحت هي للحكمة وتمر الأيام والأسابيع والشهور ولا يوجد أي فكر سياحي أو عمل يثري القطاع السياحي هل كل ما سبق يدخل في مجال التشبیط أو حتى مجال السياحة بصفة عامة - لقد ذكرنا هذه الأمثلة وذلك بعد أن

قدّمنا للقارئ الرواد والقمم - ولعل - هناك بصيص من ضوء أن يظهر من يزيل  
هذه القمم التي لطخت الثوب السباحي - والتي لا تمت للعمل السباحي إلا بأنها  
على قممها ، ولتأخذ هذا العمل وتهبط به إلى القاع ، وإله الله يا مصر .



## **الفصل الثالث**

# **علاقة التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة**





## الفصل الثالث

### علاقة التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة

علينا الآن أن نربط للتنشيط السياحي بالعلوم المختلفة بأسلوب قد يكون مختلف ظاهريا عن ارتباط علم السباحة بهذه العلوم ولكن في الواقع وحقيقة الأمر أن ارتباط للتنشيط السياحي بالعلوم من وجهة نظر تنشيطية بمعنى كيفية الاستفادة من العلوم المختلفة في العمل للتنشيط .

#### التنشيط السياحي وعلم التاريخ

علم التاريخ هو العلم الذي يمكن أن يطلق عليه إطلالة على الماضي وهذه الإطلالة لا بد وأن يتم الاستفادة منها ومن التاريخ الذي مر على البلد ولحقب المختلفة والحضارات المتعددة التي تعاقبت وليس التاريخ هو الأحداث السياسية فقط ولكن الجوانب الدينية والمعمارية والفنية - ويعتمد التاريخ بالدرجة الأولى على كتابات المؤرخين بل أن الكتب المقدمة تعطينا بمدا رائعة ولا يعتبر للتنشيط السياحي جزءا هاما من العمل السياحي إلا إذا استطاع الاستفادة القصوى بما حدث في الماضي بما فيها الأساطير والقصص التي تم تسجيلها وانتصارات الجيوش أو هزيمتها أو الثورات التي قامت وطقوس الحفلات والمهرجانات التي كانت تقام وحفلات الزواج ولابد أن نعرف لعلماء العرب فضل الريادة في مجال التاريخ وكذلك الرحالة العرب فالمتابع لكتابات المقرئ والمصري والسويطي وغيرهم سوف يقدر لهم أنهم بذلوا الجهد ، أما الرحالة الأوروبيين الذين جاءوا إلى مصر في العصور الوسطى للبحث عن جذور الحضارة المصرية القديمة التي أثرت على حضارة أجدادهم من اليونان والرومان - ويعيدا عن البعد العسكري المقيت للحملة الفرنسية التي كانت وبالا على مصر فإن البعد الثقافي والتاريخي الذي تمثل في كتاب وصف مصر الذي سجل من بين ما يسجل آثار مصر والحياة فيها في هذا العصر .

وقد يتساءل سائل وما دخل للتنشيط السياحي والتاريخ الحضاري والإجابة لن نذكرها مجردة ولكن بصورة عملية فقد تم الاستفادة من التاريخ في مناسبات

تنشيطية مختلفة فأوبرا عايدة ذلك العمل الفني الرائع والذي أقيم مرات في الأقصر و  
مرات تحت سقف الهرم إنما هو عمل فني تاريخي من أزمان بعيدة ويمكن معذوه  
ومخرجوه ومؤدوه من تجسيد حكاية تاريخية بهدف تنشيط السيلحة لمصر - وإذا  
كان هذا العمل الفني قد جسد التكامل التام بين الدراما والموسيقى والذي يتابع  
التاريخ قد يتذكر النجاح الكبير منذ أول عرض لأوبرا عايدة بالقاهرة عام ١٨٧١  
فقد كلف إسماعيل باشا خديوي مصر فيردي بتلحينها لافتتاح دار أوبرا القاهرة  
بمناسبة افتتاح قناة السويس عام ١٨٦٩ .

ولولا للتاريخ الحضاري ما تم إعادة إحياء مكتبة الإسكندرية التي أصبحت  
الآن حجر الزاوية لتنشيط السياحة لمدينة الإسكندرية وأصبح اسم المدينة يتردد  
يوميا في كافة أنحاء المعمورة ولولا قراءة التاريخ ما أمكن لصاحب فكرة مهرجان  
اسكندريات العالم أن يقيم هذا المهرجان فاسم الإسكندرية التي تسمى باسمها سبعة  
عشر مدينة في حال فتوحات الإسكندر الأكبر والتي وصل بعد ذلك إلى ما يقارب  
الخمسين مدينة في مختلف أرجاء العالم شرقه وغربه وشماله وجنوبه ، ولولا  
الاطلاع على التاريخ الحضاري ما تمكن منفذو هذا المهرجان من عمل تجسيد  
موسيقى درامي لقصة وتاريخ الإسكندرية من خلال الأزياء التي ارتداها البشر في  
عصورها المختلفة من العصر الفرعوني واليوناني والروماني والعربي مرورا  
بالحقبة التاريخية التي كانت في العصر العربي الأيوبيين والشراسة والأمويين  
والفاطميين والعصر المملوكي والعصر العثماني ثم عصر محمد علي وخلفائه  
وصولا إلى الملك السابق فاروق كل هذه العصور تم إظهارها في قالب فني رائع  
من خلال الملابس .

ولو رجعنا إلى الوراء طويلا نطى أرض مصر رصد التاريخ انبعث أول  
عقائد البشر الدينية والتوحيدية ومن خلال رؤية عميقة للتاريخ لربط الأصول  
بالحاضر انطلاقا للمستقبل ومن القراءة الواعية للتاريخ نصل إلى أن مجيء السيد  
المسيح والعائلة المقدسة إلى مصر من أهم الأحداث التي جرت على أرض مصر  
في تاريخها الطويل وحسب المصادر التاريخية القبطية كانت هناك ثلاث طرق

يمكن أن يسلكها المسافر من فلسطين إلى مصر ولكن العائلة المقدسة عند مجيئها من فلسطين إلى مصر لم تسلك أي من الطرق المعروفة ولكنها سلكت طريقا آخر خلاصا بها ورحلة العائلة المقدسة في مصر استغرقتها وزاوة السياحة في عهد ممدوح البلتاجي وزير السياحة الأسبق الاستغلال الطيب بأن طبعت اللغات المختلفة كتبيا فحما باللغات العربية والانجليزية والفرنسية ولغات أخرى وقد كان تهاقت السياح الأجانب وأيضا الإخوة الأقباط للمصريين رقتعا ، ولكن لو أن وزارة السياحة من خلال الهيئات الإقليمية الموجودة في محافظات مصر والتعاون مع وزارة الثقافة وهيئة الآثار اهتمت بالأماكن التي مرت بها العائلة المقدسة بين مدنيي العريش ويور سعيد وهي المنطقة التي تسمى بيلازيوم في الناحية الشمالية من صحراء سينا وتقام فيها أماكن مجهزة واستراحات ويخطط مسار العائلة المقدسة من موقع نيلزيوم إلى تل بسطا بالغرب من مدينة الزقازيق إلى مسطرد ثم بليس ثم منية سمود ثم إلى سخا بمحافظة كفر الشيخ ثم إلى وادي النطرون وكان يسمى الاسقيط ويقال أن السيد المسيح وأمه الحذراء باركا هذا المكان والواقع أن هناك مجموعة من الأديرة الرائعة في هذه المنطقة هي دير الأنبا مقار ودير البراموس ثم ارتطت العائلة المقدسة جنوبا ناحية مدينة القاهرة وعبرت النيل إلى الناحية الشرقية متجهة ناحية المطرية وعين شمس ثم منطقة الزيتون ومنها إلى مصر القديمة ثم إلى منطقة المعادي (لحد ضواحي منف عاصمة مصر القديمة) ثم ألتعت العائلة المقدسة في مركب شراعي متجهة نحو الجنوب في البقعة المقام عليها الآن كنيسة السيدة الحذراء المعروفة بالحوية لأنها منها عبرت أو (علت) في رحلتها للصعيد ومنها جاء اسم المعادي ، ووصلت العائلة المقدسة قرية الجرتوس مركز مفاغة ثم قرية صندفا والبهنسا التي تقع على مسافة ١٧ كم غرب بني مزار ثم بلدة سمالوط ثم الأشمونين ثم ديروط فالقوصية ثم إلى أهم المحطات التي استقرت فيها العائلة المقدسة الدير المحرق والذي سمي المكان باسم بيت لحم الثاني.

ويحدثنا الدكتور محمود كامل في مؤلفه السياحة الحديثة علما تطبيقا للصادر عام ١٩٧٥ عن الطرق التاريخية في شرق الدلتا وهي تطبيقات على

مناطق تاريخية مصرية غير المناطق التقليدية وقد سماها اسما رائعا "المغناطيسيات السياحية الجاذبة" وأن دراسة هذه المنطقة تعبيريا بوعي سياحي يتضح أنها منطقة من أغنى مناطق العالم بالمغناطيسيات السياحية الجاذبة التي تعتمد على خلفية تاريخية فذة - ويستطرد الدكتور محمود كامل أن الثابت أن هذا القطاع من منطقة أقصى شرق الدلتا وغرب قناة السويس لم يزل أي اهتمام من القائلين على ما يسمى في التشريعات المصرية (تنشيط السياحة) ولم يرد له أي ذكر في أي بيان نشر لفة مع أنه يضم ثروة ضخمة ولها ثلاث طرق تاريخية لا تطول في عراقتها وشهرتها أي طرق أخرى مما يطلق عليها تجاوزا عنوان الطرق التاريخية سواء في أوروبا أو أمريكا - وقد زاد من إيمان الدكتور محمود كامل بوجوب العناية باستغلال الطرق التاريخية في مصر سياحيا على اثر مهمتين سياحيتين كلفته بها الأمم المتحدة في باكستان وأفغانستان حيث تبين مدى التركيز على الطريق التاريخي الذي ملكه الإسكندر الأكبر لغزو تلك الدولتين وأن هناك تركيزا على هذا الأمر في جميع المطبوعات الإرشادية الأمريكية والأوروبية كما كلف أيضا بمهمة أخرى خاصة بالطريق الذي ملكه مكتشفو منابع النيل - ويقرر أنه يبقى ترجمة مفهوم الطرق التاريخية إلى خطط عملية تتبثق منها مشروعات سياحية تستهدف للتنمية والتعمير وكيفية الربط بين هذه المشروعات والسياحة فالطرق التاريخية يمكن أن تجتذب أكبر عدد ممكن من السياح لو استغلت الاستغلال السياحي الأمثل ، وإذا كنا قد تحدثنا من الناحية التاريخية عن دخول العائلة المقدسة إلى مصر أو ما يطلق عليه رحلة العائلة المقدسة إلى مصر فإن الدكتور محمود كامل يحدثنا عن طريق الخروج .

### طريق الخروج :

أصبح من الثابت طبقا لأرجح آراء المؤرخين المتوفرين علي دراسة تاريخ مصر القديم أن " خروج" موسى عليه السلام مع نحو خمسة آلاف من أتباعه ممن يسمون " بني إسرائيل " باعتبار أن موسى من سلالة لاوى بن يعقوب المعروف باسم إسرائيل أصبح من الثابت أن هذا " الخروج " قد وقع في عهد

رمسيس الثاني (١٢٩٢ - ١٢٢٥ ق.م) كما أصبح من الثابت أن " الخروج " قد حدث في شهر إريل ، نروة الموسم السيلحي في مصر ، وأنه سلك طريقا يبدأ من " قنطير " وهي نقطة تقع علي بعد أربعة أميال شمال فالقوس علي بحر فالقوس . وهو الفرع البيلوزي القديم من فروع النيل ، واسم " قنطير " هو الاسم العربي لهذه الناحية ، أما اسمها الفرعوني فهو " بي - رمسيس " المقر الشمالي للقراعة منذ رمسيس الثاني إلي آخر عهد أسرة رمسيس كما أنها كانت عاصمة حكومة الدلتا ، وقد اختير مكانها لأنها تقع علي بحر فالقوس (الفرع البيلوزي) عند مخرج طريق صالح للملاحة لا يزال باقيا إلي اليوم (مصرف بحر فالقوس) الذي يتصل ببحر موسى (الفرع الثاني) عند صان الحجر (تانيس) ، ويضم متحف " اللوفر " قطعاً رائعة من الفخار اللامع كانت تزين مدخلا لقصر من قصور " قنطير " الفخمة في عهد سيتي الأول ، وإلي عهد قريب أجريت الحفائر للتقيب عن الآثار في " تل الضبعة " شمال فالقوس علي مقربة من المكان الذي كان يعرف باسم " قنطير " و " بي - رمسيس " .

وكانت أول مرحلة من " طريق الخروج " لمسافة عشرين كيلو مترا في اتجاه الشرق من " قنطير " شمال فالقوس - قطعها موسى ومن معه في يوم ، فوصل إلي " سقط " التي تقع في مكان بلدة " الصالحية " الحالية أو الخرائب المتلخمة لها ، وقد أشارت " بردية أمستاسي " في صدد تحديد مكان " سقط " إلي البحيرات والمستنقعات المجاورة للمنطقة والتي كان القراعة يستخدمونها لصيد الطيور مستخدمين قلوب مصنوعة من غاب خفيف الوزن لتمكينهم من الاقتراب من الطيور وصيدها بالأقواس والمهام ويقا منها إلي اليوم بحيرة أكياد .

والمرحلة الثانية من " طريق الخروج " في اتجاه الشرق من " سقط " أي الصالحية إلي نقطة في صحراء " إيثام " علي بعد ٢٦ كيلو مترا في الأرض الصحراوية التي تقع إلي شرق (الصالحية) الحالية والتي كانت تمتد - قبل شق قناة السويس - إلي الأراضي المنخفضة شمال غرب سيناء ، وهي منطقة كانت تلح مشروعات الري في وزارة الأشغال إلي عهد قريب علي إمكان ريها بماء النيل

وتحويلها - كما يقرر المهندسين علي شافعي في بحث له بالإنجليزية عن " الخروج " - إلى أن أرض " إيثام " في عهد " الخروج " - كما هو حالها اليوم - يسكنها بدو من العرب كان المصريون القدماء يسمونهم " شاسو " . كما أطلق " هيرودوت " علي هذه المنطقة كلها من شرق الدلتا اسم " المريية " وفي العهد الروماني امتد اسم " المريية " فأطلق أيضا علي المنطقة المحيطة بفاقوس ، والمكان الذي استقروا فيه بعد المرحلة الثانية يقع إلى غرب " ثيل " مكان القنطرة " الحالية ، فإلي هذا المكان كانت تتجه ترعة من مياه الفرع "البيلوzy" وكانت مياهها تسمى مياه " حورس " أي الصقر ، أما مياه الفرع البيلوzy نفسه - وهو فرع النيل الشرقي - فكانت تسمى مياه " رع " أي الشمس ، أي أن " ثيل " - " القنطرة " - كانت تقع علي ترعة صالحة للملاحة ، وكان " حورس " إله المنطقة المحلي .

والمرحلة الثالثة من " طريق الخروج " في اتجاه الشمال الشرقي - من " ثيل " في صحراء " إيثام " مسافة ٢٤ كيلو متر أو خضبة التيه في الصحراء التي كانت تمتد إلى الشرق في سيناء ماروا في اليوم الثالث لدخل دلتا النيل متجهين إلى " يم صوف " وهي المنطقة التي تقع الآن بين " فبلح " وبحيرة المنزلة شمال القنطرة وأرضها منخفضة وهي منطقة كانت مملأ بالمستنقعات التي ينمو فيها الغاب بكثافة ، غرب قلعة "المجل" التاريخية التي كانت تقع في سيناء شرق قلعة السويس الحالية إلى يمين " طريق الخروج " ومستنقعات الفرع البيلوzy إلى يساره ، والظاهرة الجغرافية الواضحة - إلى اليوم في هذه المنطقة من بحيرة للمنزلة كما في بحيرة البرلس أن مياهها ضحلة تتأثر كثيرا عظيمًا باتجاه الريح فإذا هبت من الشرق إلى الغرب جرفت المياه أمامها إلى حد يمكن من اجتياز قاع البحيرة . وإذا عادت الريح فتجهت إلى الشرق تكررت الظاهرة نفسها في هذا الاتجاه . وجفت حتى مكنت من العبور .

والمرحلة الرابعة من " طريق الخروج " بعد عبور البحيرة قد استمرت خلال الأيام الثلاثة : الخامس والسادس والسابع من الرحلة - في صحراء " الشحور " بالتحجير المصري القديم أو " للشور " بالتحجير العبري " متجهين جنوبا -

شرق قناة السويس الحالية في سيناء -- إلى المنطقة المعروفة باسم " تل أبي صيفة " وتقع إلى شرق القنطرة شرق ، وهذه المنطقة جزء من صحراء " إيثام " أو صحراء " الصلاحية " أو منطقة "العربية" التي كانت متصلة لا تفصل قناة السويس بينها ، وقد ظل موسى ومن معه يجوبون هذه المنطقة . وهذا التيه ثلاثة أيام بحثا عن الماء، ولما كان الجمل لم يستخدم في مصر إلا بعد غزو الفرس الذي وقع للخروج قبله فإن الأرجح أن الدواب التي استخدمت في رحلة " الخروج " هي " الحمير " التي كان البدو يروضونها على الظأ مدة تصل إلى ثلاثة أو أربعة أيام ، كما كان المصريون القدماء يستخدمونها أثناء عمليات استغلال مناجم النحاس والفيروز في سيناء .

وغني عن البيان أن أهل إسرائيل الحاليين المهاجرين من روسيا وأوروبا الشرقية -- لا صلة عرقية لهم على الإطلاق ببني إسرائيل الذين سلكوا " طريق الخروج " وإنما هم سلالة " الخزر " الذين من أصل آسيوي منغولي اسم يستقوا اليهودية إلا في نهاية القرن السابع الميلادي أي بعد " الخروج " بألفي عام ، وليسوا إطلاقا من الجنس السامي كما أن لغتهم " الليدية " لا علاقة لها باللغة العبرية وإن استخدمت أبجدية هذه الأخيرة فيما بعد ، أي أنه لا صلة تربطهم بهذه المنطقة من الشرق العربي ، تاريخيا أو جغرافيا ، أو حضاريا .

### طريق (( العائلة المقدسة ))

والطريق التاريخي الثاني من الطرق التاريخية التي تتفرد بها هذه المنطقة من شرق الدلتا هو طريق هروب " العائلة المقدسة " المسيح عيسى عليه السلام ومريم ويوسف النجار ومسالومي ، فالإجماع وكاد يعتقد علي أنها وصلت مصر عن طريق " القرما " التي تعرف آثارها اليوم باسم " تل القرما " علي بعد ثلاثة كيلو مترات من البحر الأبيض المتوسط شرق بورسعيد ، ولا تزال توجد بالقرب من تل القرما أطلال قلعة قديمة تسمى قلعة الطينة وإليها تنسب " محطة الطينة " التي تسجلها الخرائط وقد اتجهت " العائلة المقدسة " بعد ذلك إلى " بسطة " وهي ضاحية متاخمة للزقازيق تعرف الآن باسم " تل بسطة " ثم هبطت جنوبا إلى بلبيس وبعدها

اتجهت إلى المطرية فيباليون " مصر القديمة " حيث اختبأت في المكان الذي تقوم فيه الآن كنيسة أبي سرجة ، وسوف نقف عند هذا الحد من رحلة " العائلة المقدسة " لأن بقية الرحلة ترتبط بمناطق سياحية أخرى يجب التخطيط لإنشائها بهدف " تعمير " هذه المناطق وتوفير رخاء اقتصادي لها بعد أن طال أمد تخلفها ، ونقتصر على الإشارة إلى أن كل هذه " الأماكن " التي حطت فيها " العائلة المقدسة " قد سجلتها وثائق تاريخية ، " ثلثة التاريخ " تقطع بعراقتها ، ولها ترجمات إلى معظم اللغات الحية منها ترجمة "كراميروفيت " الفرنسية لكتاب " صورة الأرض " لابن حوقل ( ٩٨٨ م ) ، وترجمة " دوزي وده خويه " الفرنسية لكتاب " نزهة المشتاق في اختراق الآفاق " للإدريسي ( ت ١١١٧ ) .

وترجمة " ديفريميري وسلاجونيتي " لكتاب " تحفة النظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار " لابن بطوطة ( ت ١٣٧٧ ) ، ولا شك أن فقرات من وصف هذه الأماكن التاريخية في هذه المنطقة سيضيفي علي الإرشاد السياحي عنها أصالة لا يمكن أن نتاح لغيرها من المناطق السياحية الأخرى في العالم ، كما نعلم كتب الإرشاد السياحي الأوروبية في اعتمادها علي هذه الترجمات للمراجع العربية.

ولذا كان الدكتور محمود كامل قد أثار هذه المعلومة منذ أكثر من ثلاثين عاما فلا غرو أن نجد اليوم أن جريدة الدستور اليومية الصادرة في العدد ١١٢ - الإصدار الثاني يوم ٢٠٠٧/٤/٥ الموافق ١٧ من ربيع أول ١٤٢٨هـ قد نشر انه قدم بيان عاجل بمجلس الشعب من لحد النواب عن وجود بعثة أثرية يهودية في قرية قنتير بمركز فاقوس بالشرقية بصفة دائمة وقيامها بأعمال مشبوهة بالقرية لبرزها شراء المقابر بمبلغ ٣٠٠ ألف جنيه لكل مقبرة للتنقيب أسفلها بحجة أن هناك مدينة كاملة أسفلها مائة بالآثار والتحف الخاصة باليهود يرجع تاريخها إلى عصر سيدنا موسى وأضاف مقدم البيان العاجل أن اليهود الإسرائيليين يزورون القرية من وقت لآخر للبحث عن بعض المواقع ومحاولة شراء بعض الأراضي التي يعتقد أنها تضم آثارا يهودية .



أما أجمل الطرق وأروعها في ذكره المصريين هو طريق قدوم أسرة  
الرسول محمد ﷺ إلى مصر :

### طريق (( قدوم أسرة النبي ﷺ إلى مصر )) :

أما الطريق التاريخي الثالث الذي تتفرد به هذه المنطقة التي تتاولها البحث  
- علي سبيل المثال - فهو طريق قدوم أسرة النبي ﷺ إلى مصر في عام ٦٨٠ م .  
فقد رحلت السيدة زينب ابنة علي بن أبي طالب من قطمة الزهراء ابنة النبي  
ومعها سكينه وقاطمة بنتا الحسين بعد معركة كربلاء ، ولما في حاجة إلى إبراز  
أهمية هذه الرحلة تاريخيا . سواء بالنسبة للمسلمين أو غيرهم ، أو لمكانة الذين  
قاموا بها السامية الرفيعة في قلوب المسلمين عامة والشيعية بصفة خاصة ، وقد  
ثبت تاريخيا أن أول مكان نزلت فيه أسرة النبي يقع بين بليس والصالحية في قلب  
المنطقة موضوع البحث وفي المكان الذي يعرف اليوم باسم " العباسية " وقد قبلها  
إليه والي مصر من قبل الأمويين مسلم بن خالد ، وكان وصول السيدة زينب ومن  
معهما في أول شعبان عام ٦١ هـ ( ٦٨٠ م ) وخرج آلاف المصريين لاستقبالها  
استقبالا تاريخيا وقد اكتسبت " العباسية " أهمية في تاريخ لاحق إذ أن هذا المكان  
إنما حمل هذا الاسم نسبة إلى " العباسية " بنت أحمد ابن طولون التي بنيت فيه  
قصرا وخرجت إليه لوداع " قطر الندى " ابنة أخيها خمارويه عندما رحلت عن  
مصر إلى العراق بعد أن تزوجت من المعتضد الخليفة العباسي ( ٨٩٦ م ) .

ومما يتيح مادة تاريخية سياحية مثيرة ما ذكره المقرئ عن هذا الحدث  
التاريخي في كتابه عن تاريخ مصر وقد قلم " بلوشيه " بترجمته إلى الفرنسية ومما  
ذكره " بروكلمان " في كتابه " تاريخ الشعوب الإسلامية " من أن أبهة الجهار الذي  
جهز به أمير مصر لينتقل أذهلت بلاط بغداد " ولعل هذا يفسر الأساطير والأغاني  
التي لا تزال - حتى اليوم - تردد اسم " قطر الندى " .

ولا شك أن التكمال في التخطيط التسميري - السيلحي في هذه المنطقة  
سيمتدعي إقامة ثلاثة متلف إقليمية في نقط متوسطة بها : متحف في الإسماعيلية  
- مثلا - يضم ما يتصل بالطريق الأول : آثار من الأسرة للثامنة عشرة ( ١٥٨٠ )

- ١٣٢٠ ق.م) التي خطا عاملها تحتس الثالث أولي الخطي للتاريخية العملية لتوحيد الشرق العربي وتمثيل من الأسرة التاسعة عشر (١٣٢٠ - ١٢٠٠ ق.م) نقوش "حورس" الإله المحلي للمنطقة في عصر الخروج ، الآثار والبرديات ، والمرجع التي تبرز عظمة الانتصارات المصرية في ذلك العصر علي الحلف الذي كان يضم شعوب كريت وقبرص وسلط البحر الأبيض المتوسط الشمالي ومتحف في نقطة أخرى . بورسعيد يضم آثارا رومانية من عصر ظهور المسيحية وآثارا من فجر هذا العصر وصورا وخرائط عن طريق هروب العائلة المقدسة ومخطوطات أو صورا من مخطوطات عن رحلة العائلة المقدسة كمخطوطة أبي صالح الأرمني المحفوظة في باريس والتي تعود إلي القرن الثالث عشر ، ومتحف ثالث في بليس يضم آثارا رومانية قبطية عن عصر الفتح الإسلامي لمصر وتحفا ومخطوطات ومراجع عن عصر فجر الإسلام .

كانت هذه الطرق التي سماها الدكتور محمود كامل مغناطيسيات سياحية جانبية أفكارا طيبة لربط التاريخ الحضاري بالسياحة وكيفية الاستفادة من هذه الأفكار والمعنى أن العاملين في التنشيط السياحي عليهم أن يقدحوا زناد الفكر التاريخي للبحث عن وسائل غير تقليدية للتنشيط لا تعتمد على الأمور التقليدية المتبعة .

وإذا تركنا مؤلف الدكتور محمود كامل للصادر عام ١٩٧٥ ورجعنا عقدا من الزمان وإلى عام ١٩٦٦ نجد أن المهندس حسن رجب وهو أحد المفكرين العظماء وله بصمة سياحية يقول أن السياحة وما تمتلكه في حدود هذا الوطن الغالي من إمكانات ثقافية وتاريخية وبيئية وعلاجية وترويحية لا تقع تحت حصر وهي التي جعلت من هذا البلد بكامله أعظم متحف في الوجود ومن طقسها اللطيف إلى شواطئها الجميلة ما يجعلها أرض الأحلام لسياح العالم .

وقد طبق المهندس حسن رجب هذا الفكر وأصبح الحلم حقيقة حينما أنشأ ما يسمى بالقوية للفرعونية في القاهرة على ضفاف النيل وقد أصبحت هذه القوية بكل ما تحتويه من مستمسكات التماثيل والملابس الفرعونية التي يرتكها العاملون

في القرية والجو الرائع الذي يوحى للدخول إلى هذا المكان انه يعيش عصرا  
فرعونيا صرفا وأتذكر انه دخل على مكثي في الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة في  
أوائل التسعينات ولم يكن اعرفه شكلا من قبل وإن كنت أتابع أعماله وأفكاره وأذكر  
لي انه أراد أن يقابلني ليتناقش معي ولكني قررت له انه أراد تشريفي بلاقته فمثل  
هذه الشخصيات جديرة بأن يكون لنا شرف لقاؤها والاستماع إليها والاستفادة من  
أفكارها غير التقليدية وقالت له لو إني اعلم مسبقا بهذا الزيارة للكرامة لكنني  
انتظرت على باب العمارة التي يقع بها مكثي - رحم الله هؤلاء العظماء الذين  
اثروا الفكر التنشيطي بروائع الأعمال والأفكار ولعلنا أن يقتدي القائمون على  
العمل التنشيطي بخطوات هؤلاء العظماء - وإذا كنا قد تحدثنا عن القرية الفرعونية  
فقد كانت لدينا فكرة إقامة ما يسمى بالقرية الرومانية أو اليونانية الرومانية ، وذلك  
على غرار القرية الفرعونية ولخترنا لها مساحة من الأرض تقع على ضفاف  
بحيرة من الماء العذب بالقرب من مطار النزهة الجوي - الذي كنت يوما مدير  
شرطته - وهذه البحيرة مساحتها ألف فدان وكانت أيام إنشاء مطار النزهة تستعمل  
كمطار مائي وقد عرضنا هذه الفكرة على المستشار السيد الجوسقي محافظ  
الإسكندرية الأسبق الذي كلّفني بالصطحاب مجموعة من المستثمرين العرب  
وتوجهنا فعلا إلى المواقع وتناقشنا في عموميات الفكرة ولكن لم يقرر لهذه الفكرة أن  
ترى النور .

نخلص مما سبق أن التاريخ الحضاري أدولة كمصر كقول بالفكر غير  
التقليدي أن يكون عاملا مؤثرا في التنشيط السيلحي ومن هنا فإن التنشيط السياحي  
كلم يجب أن يرتبط بالتاريخ وأن يكون التاريخ الحضاري احد المقومات التي  
يعتمد عليها للتنشيط .

### التنشيط السياحي وعلم الاجتماع

يقول الأستاذ الدكتور عطف غيث عالم الاجتماع وعميد كلية الآداب  
وكلية السياحة بجامعة الإسكندرية عند إنشائها في تقديمه لكتاب الأستاذ الدكتور  
السيد عبد الحليم الزيات "التنمية السياسية - دراسة في الاجتماع السياسي" (٣)

أجزاء) يقول أن هناك من لا يزال يظن أن علم الاجتماع انطلق من بداياته الأولى من قضايا ذات طابع نظري - اختلطت فيها المنظورات الفلسفية والروى التاريخية وأنه لا يفضل تحديد تاريخ معين لقيام علم الاجتماع كنظام علمي متكامل وإن هذا يستتبع بالضرورة ألا نقف عند فكر أو كاتب معين ويعتقد أن علم الاجتماع قد عاصر على الدوام تجربة المجتمع الإنساني وعبرت الحضارات والأثار والفلسفات والحكم بل الأفكار للشائعة عن وجود هذا العلم بدرجات متفاوتة من العلمية أو الجزئية أو الشمولية - صحيح أن ظهور الرياضيات والعلوم الطبيعية قد عزز من الخلفية العلمية لعلم الاجتماع في القرن التاسع عشر والقرن العشرين كما عززته التطورات الهائلة التي حدثت العقل الإنساني الذي أنشأ الصناعة وطور التكنولوجيا

وإذا كان علم الاجتماع قد استند ولا بد أن يظل كذلك إلى تجربة الإنسان والمجتمع وهما اللذان يمنحانه المشروعية ويبرران استثمار الجهد من أجل تنميته وتوسيع نطاقه وأحكام دراساته وتطويع نتائجه لإثراء الحاضر وتحقيق تطلعات المستقبل فمن المؤكد أن علم الاجتماع حتى مع نموه النظامي في القرنين الماضيين انشغل بل انحاز إلى قضايا المجتمع ومشكلاته يستلهمها تحديد مبادئه ومنهجه ونظريته فضلا عن تحليلاته وتفسيرها ، ويستطرد الأستاذ الدكتور عاطف غيث يقول إنه لا يبتعد عن الحقيقة إن قال أن دراسة المجتمع من منظور علم الاجتماع بدون الاحتكام في مواقف عديدة إلى معطيات الاقتصاد والسياسة والتاريخ يمكن أن يفرغ هذا العلم من محتواه الضروري ويجعله دراسة مسحية لأجزاء مبتورة من السياق العام لتجربة المجتمع الدينامية - ولقد عبر عن هذه النظرة كثير من الكتاب الأول في علم الاجتماع ولا يزال عند كثير من المحدثين الآن يعبرون عن مثل ذلك في كتاباتهم - ومن يقرأ أعمالهم سيجد أكثر هذه الكتابات عبارة عن تنظيم لمعالجات معطيات اقتصادية وثقافية معينة لها صلة بقضايا المجتمع ومشكلاته - وهذا يمكن أن يشكل دليلا على أن الفجوة - المصطنعة أحيانا بين علوم المجتمع التقليدية قد أخذت تضيق وأصبح الاتجاه إلى أسلوب المعالجات المتداخلة أسلوبا ينمو ويتطور

بسرعة واطراد خصوصا إذا عرفنا - كما هو حادث في الكيمياء والطبيعة أن فروعا من علوم المجتمع التقليدية أصبحت الآن نظرا للتطورات المذهلة التي يمر بها العالم المعاصر أهم وأكثر خطرا من الأصل .

وقد ظهر علم اجتماع التنمية وأحيانا علم اجتماع البلدان النامية أو العالم الثالث وربما هذا العلم هو الوعاء الأكبر الذي يضم كل أنواع التنمية الأخرى - اقتصادية أو ثقافية أو عقائدية أو سياسية أو حتى سيلية ، فالتنمية الآن قد أصبحت قضية عالمية . والتنشيط السيلحي لابد وأن يضع نصب عينيه على هذا الوعاء الكبير ليتمكن الاستفادة من علم الاجتماع في ممارسة العمل التنشيطي ، فإن حقيقة التغير المستمر في حياتنا من أجدر الظواهر بالاهتمام والدراسة التي تشهدها حياتنا المعاصرة - التغير حقيقة وجودية وظاهرة علمة تتميز بها أنشطة وقائع الحياة الاجتماعية وهي ضرورة حيائية للمجتمعات البشرية كسبيل للبقاء والنمو بالتغيرات ينهيا للمجتمعات التكيف مع دافعها ويتحقق التوازن والاستقرار في أبنيتها وأشطتها عن طريق التغير تواجه الجماعات متطلبات الأفراد وحاجاتهم المتجددة وعلى ذلك فعلى المهتمين بالتنشيط السيلحي أن يلمحوا عن قرب ملامح التغير في مجتمعات مصر السيلية .

### ملامح التغير في مجتمعات مصر السيلية :

إن مناطق ومجتمعات مصر السيلية تتغير الآن بسرعة ، وهي في أمس الحاجة إلى دراسة عوامل التغير وعماياته ونتائجه لكي يتمكن أهل التخطيط من وضع الأسس العلمية التي تزيد القدرة على التنبؤ المستقبلي ، لأن طبيعة التغير السيلحي الذي نحشه في مصر تكمن في أنه عملية تطوير مستمر عميق الجنور واسع النطاق ، ينطلق في مسيرته نحو هدف معين ومقصود ، حيث يتخذ آراء المحللين الاجتماعيين للبناء الاجتماعي على أن المجتمع المصري يشهد في الآونة الأخيرة - تغيرات اجتماعية جوهرية في كثير من عناصر بنيته الاجتماعية خاصة فيما بعد حرب ١٩٧٣ ، ولأن هذه التغيرات تسير بسرعة أكبر من معدلها من تلك التغيرات التي حدثت في المراحل التاريخية السابقة . ولقد أصبح من الواضح

الملموس أن الطبقة المتوسطة إحدى مكونات البناء الاجتماعي غسدت تنمو نموا ملحوظا بفضل الاهتمام الكبير بالتعليم في جميع مستوياته ، والأخذ بأسلوب التخطيط تحقيقاً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية .

وما من شك في أن ظاهرة النمو الحضري بالوجه القبلي وسواحل البحر الأحمر وسيناء كمناطق سياحية ، أصبحت من الملامح الأساسية للتغير العمراني المصاحب للتغير السكاني . وتعتبر الهجرات الداخلية من قري ومدن الصعيد إلى المدن الكبرى في القاهرة والإسكندرية وإلى مدن الساحل الشمالي ومحافظة البحر الأحمر وسيناء . التجسيد البشري لهذا التغير الحضري ، ومن الملاحظات الجديرة بالذكر تغيرات الأسرة الريفية من حيث حجمها ووظيفتها والمراكز الاجتماعية لأركانها وعناصرها ، وعادات الزواج بها ، ووسائل تكوينها وعوامل استقرارها وتفككها ، ولا شك أن للتغيرات الاجتماعية التي تشهدها الأسرة الريفية في قري مصر لا تحدث بنفس الصورة ، إذ أن الواقع الاجتماعي يقتضي بالضرورة قيام اختلافات بين الأسرة في المدينة والأسرة في القرية أو البادية ، بل في القرية الواحدة قد نجد اختلافات في الطبقات العليا والوسطى والدنيا .

كان الشكل الأسري المعروف بالاصطلاح ( الأهل ) أو البيت أو العائلة ، هي الشكل الأسري السائد في المجتمع الريفي إلى وقت قريب ، وكان الدور يجمع ثلاثة أجيال ، وتستمر الأسرة الكبيرة " الممتدة " مئات السنين محتفظة باسم الجد الأول عن طريق تسمية الأبناء بأسماء الأجداد ، واليوم تشهد الأسرة تحولاً تدريجياً نحو الأسرة للزوجية " للنواة " ويزحف للتضر ولم تعد الأسرة - وخاصة في المدن - وحدة اقتصادية إذ أصبحت تعتمد في حياتها على المؤسسات التي تخصصت في ذلك ، ويجري اليوم تغيير كبير في الأسرة الحضرية الأخذة بأسباب التنمية على وجه العموم ، والأخذ بالتنمية السياحية على وجه الخصوص .... يتمثل في خروج المرأة للعمل والحصول على مرتب يضاف إلى ميزانية الأسرة ، مما يرفع من مستواها الاجتماعي والاقتصادي ، وكان هذا نتيجة صحيحة المصلحين الاجتماعيين بتحريرها وإتاحة فرص للتعليم لها ... وقد ساعد انتشار مشروعات

للتصنيع السياحي علي جذب الكثير منهن للعمل خارج المنزل في المصانع والمتاجر والفنادق بدلاً من الخدمة في منازلهم .

والواقع أن مجتمعنا المصري الريفي والحضري يواجه التغيير كحقيقة موضوعية ، كما يواجه المتناقضات والمشكلات التي تتولد عن هذا التغيير ، وتتطلب هذه المواجهة جهداً مضاعفاً ، وذلك لأن الهيكل البنائي والوظيفي للمجتمع المصري أصبح يعاني من تزامن وتوالت وتصلب النظم القديمة والنظم الجديدة التي يعيش بعضها جنباً إلى جنب ، مما أوصل الوضعية الاجتماعية الراهنة إلى مرحلة اختناق حدية تتطلب معالجة مستبصرة رشيدة في إطار فلسفة اجتماعية مستمدة من شحنة نقود وتحرك تلك المتغيرات .

نخلص من ذلك إلى أن علم الاجتماع يدرس الأبنية الاجتماعية للتنظيم السياحي وعلاقته بالبيئة الاجتماعية المحيطة به وحيث أن علم اجتماع التنظيم - وهو لب علم الاجتماع منذ "كونت" بمعناه الواسع أي تنظيم المجتمع كانعكاس أمين لبعض الضرورات البنائية الاجتماعية والاقتصادية والتغيرات الثقافية والاعتبارات الأيديولوجية - فظهور السياحة الجماعية الرخيصة وتطور وسائل النقل (بري - جوي - بحري) وانتشار فكرة القرى والمنتجعات السياحية والمخيمات .

إذاً نستطيع أن نوكد أن السياحة أثارت اهتمام ميدانين علم الاجتماع - فالنهضة السياحية في أي دولة من الدول المتقدمة سياحياً تتوقف على القرار السياسي للتحديث الحضاري فهو الذي يرسم للسياسة الاجتماعية للدولة حتى تتحقق التنمية - وتبنى بعض الأساتذة من خبراء السياحة العظميين الدعوة إلى ضرورة إرساء دعائم السياسة السياحية حتى يصبح مفهومها وضع استراتيجيات وخطط للتنمية ضمن إطار التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة وأصبحت الأهداف القومية للتنمية السياحية هي الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والبيئية وأسباب تحقيقها وهي التي تسهم في نمو المدينة السياحية - لان المدن السياحية انساق مفتوحة في حالة تفاعل مستمر مع الريف المحيط بها ولما كانت ظاهرة التضخم من أهم العمليات المرتبطة بالسياحة فقد أغرت الباحثين على دراستها

وتحليل عناصرها ومقومات الحياة بها بأسلوب التحليل المتكامل الذي يجمع بين الأطر الجغرافية والتاريخية بجانب الأسس الاجتماعية والاقتصادية على الرؤية الواقعية لطبيعة الحياة الحضرية السليحية لكونها تشكل في النهاية إطاراً كليا تظهر من خلاله كل مشكلات المدينة السليحية .

### السياحة منار اهتمام علماء الاجتماع :

علم الاجتماع من الاتساع والشمول والتداخل بحيث يتخذ تعريفه للوهلة الأولى هناك اتجاهان في دراسة العلوم الاجتماعية ، الاتجاه الأول متعلق بالعلوم الاجتماعية المحددة أو النوعية مثل التاريخ والعلوم السياسية والاقتصاد ، وهذه العلوم مجالات متخصصة من السلوك الإنساني الاجتماعي ، وكثير من اهتمامات هذه العلوم تدخل في مجال علم الاجتماع ، وهناك اتجاه آخر يهتم بالعلوم الاجتماعية التي تمثل دراسات شاملة للإنسان وتشمل هذه الأخيرة على علم النفس والأنثروبولوجيا وعلم الاجتماع ، ويرجع شمول هذه العلوم إلى حقيقة مؤداها أنها تدرس الإنسان من كافة الجوانب ، فهي لا تقتفي بناحية واحدة تركز عليها دون غيرها ، وإنما تستمد هذه العلوم أهميتها وقيمتها من أنها تبحث في التفاعل والتبادل للمتلبد بين مختلف مكونات الحياة الاجتماعية الإنسانية ، وهذا هو الإسهام الذي يقدمه علم الاجتماع وبالتالي للعلوم الاجتماعية الأخرى الأكثر تخصصاً ، لأن علم الاجتماع يقدم أحد أدوات الفهم حين يسهم في إدراك التداخل القائم بين مختلف جوانب الواقع الاجتماعي .

ولما كان المرء لا يستطيع أن يعيش بمفرده ، وإنما تتم الحياة الاجتماعية من خلال التعاون ، ويؤلف أعضاء المجتمع نمبجاً اجتماعياً social web ، وشبكة متكاملة من العلاقات والتفاعلات الاجتماعية ، وتختلف أنماط العلاقة الاجتماعية التي تنشأ بين أعضاء المجتمع في طبيعتها وأهدافها ، فبعض هذه العلاقات يعد بمثابة علاقات ودبة حميمة - Inti mate (الصدقات) وبعضها علاقات رسمية وقانونية ، وبعضها مرتبط بمواقف معينة ، وتكون مجموع هذه العلاقات شبكة اجتماعية ، أو نمبجاً اجتماعياً يحيط بنا ويؤثر فينا ، وتستجيب له



بطرق مختلفة ، وعلم الاجتماع هو الذي يطور المناهج والإجراءات اللازمة لدراسة هذا النسيج الاجتماعي ، ومدي ما يحثه من نتائج علي سلوكنا ومواقفنا المختلفة ، وكثيراً ما يستخدم مصطلح البناء الاجتماعي social structure للدلالة علي الشبكة المتداخلة من العلاقات الاجتماعية ، ويقصد بالبناء تلك الوحدات الكبرى الأساسية التي يتألف منها النسيج الاجتماعي في حالة تفاعله .

وصناعة السياحة ظاهرة اجتماعية تؤلف نسيجاً اجتماعياً خاصاً ذو أبعاد متعددة ومتنوعة ومتشابكة ، في هذا النسيج ما هو ثقافي أو اقتصادي أو سياسي أو تنموي ، وعلم الاجتماع من العلوم الإنسانية التي تهتم بدراسة الحياة الاجتماعية ، ومن هذا المنطق يمكن أن تكون السياحة مثار اهتمام علم الاجتماع لما تمتاز به من نظرة شمولية ، فهو يتناول أي ظاهرة من ظواهر المجتمع للدراسة الميدانية التحليلية ، ويناقش العوامل المؤثرة في هذه الظاهرة ومقوماتها ، وكذلك مدي تأثيرها وتأثيرها بالبناء الاجتماعي ككل ، ولما كان علم الاجتماع المعاصر يتجه إلي التخصص الدقيق ، وأصبح يضم فروعاً شتى كالاجتماع السياسي والاقتصادي والتنظيمي والإداري والتنموي والصناعي والريفي والحضري والأسري وغير ذلك ... وكل هذه الفروع والميادين نستطيع أن نلمس فيها اهتماماً كبيراً بصناعة السياحة ، بالإضافة إلي أن كل فرع منها يهتم بمؤازرة فروعه الأخرى لدراسة المجتمع ، ومجالاته الاجتماعية الأخرى ، ولقد حقق علم الاجتماع في السنوات الأخيرة تقدماً واضحاً علي المستويين النظري والتطبيقي ، وأصبح نظاماً فكرياً مستقلاً ، معترفاً به سواء من حيث المكافئة الأكاديمية في الجامعات أو مراكز للبحوث ولقد تجلي هذا التقدم والاستقلال بصفة خاصة في تقسام علم الاجتماع إلي ميادين يتناول كل منها جانب معين من الحياة الاجتماعية ويتخصص فيه . وحيث أن بعض العلماء بدأوا يحددون مجال علم الاجتماع بأنه دراسة الجماعات الاجتماعية أو دراسة النظم والمنظمات الاجتماعية وطالما أن صناعة السياحة ظاهرة اجتماعية وعلم الاجتماع يعني الدراسة العلمية للسلوك ، ويسعى إلي اكتشاف التسميمات وبناء الأساق والقيم والمعايير ، ويتولى مهمة التنظيم ، وترتيب وتأليف نتائج العلوم الاجتماعية الجزئية ، ويحاول تطبيق نظريته ومناهجه وأدواته

علي دراسة التنظيمات ذات الأنماط المختلفة والأهداف المتباينة ، والعوامل الاجتماعية المؤثرة في السليحة ، والعلاقة بين العلوم الإنسانية الأخرى كالجغرافيا والبيئة والعمران والآثار والتكنولوجيا والتنظيم والإدارة في السليحة . وخاصة أنه لا يكاد يخلو مجال من مجالات الحياة الإنسانية ، إلا وقد أثبت علم الاجتماع قدرته علي الإسهام في وصفه وتشخيصه وتحليل أبعاده ، وتفسير القوى المؤثرة فيه ، وإيس هناك شك في أن هذه الإسهامات جميعاً تمثل الأساس الذي ينهض عليه الترشيد ، والتخطيط والتنمية والعلاج للمشكلات التي تقف أمام قدرة الإنسان علي تحقيق مستويات أرقى في الحياة الاجتماعية ، وصناعة السليحة ليست استثناء من هذا المجالات ، فمع أن هناك تطوراً كبيراً قد تحقق في هذا الميدان ، لوتهبط بالتقدم العلمي عامة وتطور الأساليب التكنولوجية خاصة في تسيير المناطق التي تشتتير بالجذب السليحي ، إلا أن قضية التنمية السليحية والتحديث الحضاري للمجتمعات التقليدية ما زالت ترتبط بالحديد من فروع علم الاجتماع وخاصة موضوع التغير الاجتماعي والثقافي ، سواء من حيث عوامل التغير ومحركاته أو ديناميات التغير الثقافي ، أو اتجاهات التغير ومساراته ، أو ما يترتب عليه من نتائج تتصل بتغير النظم والعلاقات والتنظيمات ، ويدرك المطلاع علي تراث علم الاجتماع أن هذا العلم يتحرك حركة سريعة كي يتوافق أو يستجيب للتغيرات العالمية أو للأوضاع الدولية المتغيرة ، مثال هذا أننا نجد الدراسات الحديثة ، خلال النصف الثاني من القرن العشرين - تعالج موضوع التغير المخطط ، من حيث استراتيجياته وتكنولوجياه وأساليب استثارته، وتحاول هذه الدراسات الإجابة علي الكثير من التساؤلات المطروحة أمام الدول النامية .

نحن أمام قضية بئقبة ولذا نتساءل كيف يمكن أن نغير الاتجاهات والقيم التقليدية المعروفة بالتنمية ؟ وكيف السبيل إلي إحلال الفكر العلمي محل الفكر الخرافي أو القهلاوي المختلف ؟ وكيف يمكن نشر أفكار جديدة وحث الناس علي الإيمان بها وتطبيقها في الممارسة الفعلية ( مثل المشاركة السياسية الحقيقية ) ، لكي تكون مجربة عن واقع مصر وآمالها ، ولو ظلت نسبة الأمية علي ما هي عليه خاصة في الريف لأن المشاركة الشعبية والسياسية في الريف عادة ما تكون أكبر

من الحضرة ، كما أن تنظيم الأسرة وتنمية المرأة النهوض بالمجتمع وتحديد الوسائل التي تزيد من فاعلية مساهمة المرأة في نجاح خطط التنمية ... ؟ وكيف يمكن اجتذاب الناس إلى المشاركة الكاملة في المشروعات الاستثمارية وإدارة مجتمعهم القومي والمحلي ؟ ... وما هي أنسب المداخل لتغيير الأساليب البالية في التنشئة الاجتماعية من الأسرة إلى المدرسة ؟ .... وما هو السبيل لإحلال علاقات الأدوار محل العلاقات الشخصية ، وإحلال معايير جديدة في التقييم الاجتماعي محل المعايير القديمة التي تعتمد على الحب والنسب والانتماعات العرقية والطبقية والأسرية والدينية والتي تقف في وجه محاولات التطوير ؟

كل هذه أسئلة يجب أن يجيب عليها أسئلة علم الاجتماع وربطها بقضية التنشيط السياحي في مصر .

### التنشيط السياحي وعلم الاقتصاد

إذا كان تعريف الاقتصاد هو العلم الذي يهتم بدراسة النشاط الفردي والاجتماعي الذي نكرسه للوصول إلى أحسن الظروف المادية لتحقيق الرفاهية بعد أن كان تعريفه القديم يدور حول علم الثروة ثم القترح الطماء تسميته بعلم الإثراء للدلالة على الجهود المبذولة لزيادة الإنتاج والتنمية لكي يصبح الاقتصاد علم تكوين الثروات ثم أصبح مجاله أكثر اتساعاً ليكون علم تكوين الثروات وتوزيعها واستهلاكها وبالتالي أصبحت هناك حركة دائرية تتجه على الدوام من الإنتاج إلى التوزيع إلى الاستهلاك .

والتنشيط السياحي سواء كان هيئة أو إدارة من إدارات الدولة ليست هي الجهة المنوط بها تكوين الثروات وإنما هي جهة تقوم بالصرف طبقاً لما هو محدد لها من واجبات وذلك لكي تتكون الثروات ليس لها ولكن لجهات أخرى عديدة ولكن النتيجة النهائية أنها لصالح الدخل القومي - ومع ذلك فلا يقتصر مفهوم التنمية الاقتصادية والاجتماعية على حدوث زيادة في الدخل القومي وفي متوسط نصيب الفرد في المجتمع بل يتضمن إلى جانب ذلك حدوث تغير جذري وهيكلية في النشاط الاقتصادي والاجتماعي للوحدات الاقتصادية المكونة للمجتمع (أفراد

ومشروعات) بما يضمن تحقيق زيادة مستمرة في الدخل القومي لذلك المجتمع وارتفاع مستمر في متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل .

ولأن صناعة السياحة تهدف إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في الأقاليم أو للدولة - كالتشواطئ الرملية الدافئة والمناخ المعتدل أو المزارات التاريخية والأثرية أو منطلق الاستشفاء أو المناطق الجبلية أو الرياضات المائية والترحلق وهي بهذا المفهوم لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسمى إلى الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والمناخية مثلها مثل صناعات البترول والمعادن والمصايد والمراعي ومناطق الاستزراع الخصبة - ومن الطبيعي تباین مستوى الدخل المتزايد في إقليم سياحي تبعا لطبيعة المنتج السياحي والخدمات ووسائل التسلية والترفيه المتاحة ومستواها بالإضافة إلى قوة الجذب السياحي ومستوى الأسعار وأيضا تبعا لإمكانيات السياح الوافدين وحجم دخولهم وتظهر أهمية الآثار الاقتصادية لصناعة السياحة من تعدد المتغيرات المحددة لها والتي تتمثل في :

١. درجة ومستوى اهتمام أجهزة الدولة والأفراد بالأنشطة السياحية .
٢. حجم كثافة الإنفاق السياحي .
٣. مستوى استثمار الإنفاق السياحي وطبيعة محاوره .
٤. المستوى الاقتصادي للأقاليم .
٥. مستوى الأقاليم السياحية الأخرى على موسمية الطلب السياحي .
٦. مستوى المنتج السياحي وحجم المتغيرات للتدفق السياحي .
٧. مرونة القوانين والنظم والتشريعات التي تنظم أنشطة السياحة .

ولعل هذا المتغير الأخير أي مرونة القوانين والنظم والتشريعات التي تنظم أنشطة السياحة هو من أهم المتغيرات وسيكون له تفصيل في موقع آخر من هذا المؤلف .

## تأثير السياحة على البناء الاقتصادي :

تعد السياحة من الصناعات الهامة التي تدرج في التخطيط الإقليمي الهادف إلى التطور والتحديث ، ويحدث التغير الجذري للبناء الاقتصادي على المستويين الإقليمي والقومي بالسعي للتحول من حرف المرتبة الأولى primary activities كالصيد والزراعة والتحنين إلى سيادة حرف المرتبة الثانية secondary . A. التي تشمل للصناعات التحويلية ومنها السياحة والتي تزيد العائد الاقتصادي ، وبالتالي يزداد البناء الاقتصادي قوة ، ومثل هذا التغير يكون أكثر وضوحاً وتأثيراً من محاولات البناء الاقتصادي بوسائل أخرى غير السياحة ، وتمثل أهم التغيرات الحديثة في اقتصاديات الريف في التركيب الوظيفي للسكان حيث يترك بعض المزارعون فلاحه الأرض ويتجهون إلى أنشطة أخرى أكثر ربحاً في إطار صناعة السياحة علي وجه الخصوص ، كما هو الحال بالنسبة لسكان العديد من قرى محافظات الجيزة وقنا وأسوان وخاصة القريبة من المزارات السياحية ، ويؤدي تغير البناء الاقتصادي في العديد من الأقاليم الريفية بالتحول من الزراعة والاتجاه إلى أنشطة السياحة ، فتتسع مساحة الأرض التي تشغلها المنشآت الفندقية والسياحية والترويحية وتتسع شبكات الطرق وتتكشف المساحات المزروعة بالمحاصيل وتزرع بالخضراوات لاحتياجات المنشآت الجديدة ، ويرتفع سعر الأرض وتزداد القيمة الإيجارية وتتضائل حجم الحيازات ويرتفع مستوى الأسعار بصورة عامة .

من هنا كان اتجاه الدولة في مصر إلى تشجيع تنمية الأنشطة السياحية في محافظات شمال سيناء والبحر الأحمر ومطروح والوادي الجديد ، لأن هذه المناطق تحقق التوازن الاقتصادي المطلوب ويمكن توزيع الاستثمارات فيها واستغلال لقوي العاملة مما يعود بالنفع والفائدة على المستويين الإقليمي والقومي .

## تأثير السياحة على الدخل القومي :

إذا كان الإنفاق السياحي هو ما ينفقه السائح في مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر له الهدايا التذكارية التي يشتريها ، فإن الإنفاق السياحي لا يتجه

بكامله إلى الإقليم السياحي المضيف أو إلى الدولة المستقبلة للسياح ، حيث تسعد قيمة بعض عناصره خارج الدولة ( تذكر السفر والخدمات والخامات اللازمة لبعضها والمجولية من خارج الدولة السياحية = المنتجات الأجنبية المستوردة للقطاع السياحي وقيمة الفوائد التي تسد علي الاستثمارات الأجنبية ) بما يعطي في النهاية أن الدخل من قطاع السياحة من دول العالم الثالث أو الدول النامية والتي تعتمد علي الاستيراد في الكثير من شئونها ، أما الدول التي يقرب فيها الإنفاق من الدخل فهي الدول المتقدمة والغنية والتي تقدم خدمات سياحية لغيرها مثل فرنسا والنمسا وإيطاليا وأسبانيا وسويسرا وإنجلترا واليونان ، ويمكن حصر صباقي الدخل Receipt السياحي بطريقة إيجاد الفرق بين قيمة الإنفاق Expenditure داخل الدولة وما أنفقه السياح من مواطني نفس الدولة في الدولة الأجنبية ، ولذا فإن زيادة الدخل التي تنتج نتيجة الاتفاق السياحي لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها ، وإنما تستفيد منها أيضاً قطاعات عديدة في الاقتصاد القومي ، وعليه فإنه كلما زاد الدخل ، أدي ذلك إلى حدوث تأثيرات أكبر في الاقتصاد القومي ، لأن قطاعات الاقتصاد القومي سلسلة مترابطة تؤثر كل منها في الأخرى .

### التنشيط السياحي وعلم الجغرافيا

حدثنا الأستاذ الدكتور صبحي عبد الحكيم والأستاذ الدكتور حمدي السيد في كتابهما جغرافية السياحة أن جغرافية السياحة لم تكن قد تبلورت في مطلع الستينات كفرع من فروع علم الجغرافيا ولكن كان هناك شعور بأهمية الجغرافيا في الدراسات السياحية إلى أن ألجب علم الجغرافيا على مر السنين فروعاً جديدة من بينها جغرافيات السياحة ولم يلبث هذا الفرع أن تبلور وتطور وأصبح فرعاً ناجحاً - وأصبحت لجغرافية السياحة دراسات من حيث مضمونها ومنهجها وذلك من خلال تطويل العلاقة بين السياحة والجغرافيا - فالسياحة يمكن معالجتها كظاهرة تنسم بالتعدد والتشابه وذلك من خلال بعض المناهج الجغرافية التي تستخدم في أفرع جغرافية أخرى ومنها المنهج الإقليمي فأساس الدراسة فيه هو الإقليم أي دراسة الظاهرة السياحية في إقليم يدرس خلالها الإقليم بهدف إبراز شخصيته

وطابعه السياحي وقد تكون الأقاليم وحدات إدارية صغيرة أو كبيرة أو قد تكون دولا وهنا يتطلب الأمر ترسيم الحدود التي قد تكون إدارية أو سياسية أو طبيعية أو بشرية وتوضع لها دراسة ويمكن تحديد شخصيتها ووزنها السياحي على المستويين المحلي والدولي - ويستند المنهج الإقليمي إلى بحث الممرغيات الطبيعية والبشرية المؤثرة في حركة السياحة بهذا الإقليم وكيفية إظهار هذه الممرغيات في هيئة موارد سياحية وتحديد نوع النشاط السيلحي بمستوياته المختلفة داخل الإقليم حيث تتمثل في جملتها صورة النشاط السيلحي ووزنه ومكانته في صورة البناء السيلحي الاكتمل ، وينتهي المنهج إلى تحديد الشخصية السيلحية للإقليم ومقارنتها بمناطق أخرى .

أما المنهج الثاني فهو المنهج الموضوعي ، فوحدة البحث فيه انه يكمن في أن جغرافية السياحة معالجة موضوعات مثل سياحة الاستجمام - السياحة الاجتماعية والثقافية والمنتمعات وغيرها .

كما انه يمكن أتباع المنهج الموضوعي الإقليمي وهو فرع من المنهجين السابقين وهنا يدور سؤال هام وهو لماذا يقوم النشاط في مناطق دون الأخرى رغم صلاحية الأخيرة لتقيم النشاط وهذا يدفع إلى بحث ومعالجة العوامل المختلفة التي غالبا ما تكون بشرية وأخيرا ينتهي البحث إلى تحديد مستقبل النشاط السيلحي .

ومن هنا نجد أن هناك ارتباطا وثيقا بين التنشيط السيلحي وعلم الجغرافيا السيلحية .

وعند بحثنا في أمر العلاقة بين التنشيط السيلحي وعلم الجغرافيا وجدنا ضاللتنا في كتاب أستاذنا الدكتور محمد خميس الزوكة - صناعة السياحة من المنظور الجغرافي الصادر عام ١٩٩٢ ورغم انه قد مر خمسة عشر عاما على صدور هذا المؤلف إلا انه مازال يجيب عن تساؤلاتنا وأهمها إلقاء الضوء على نقاط الالتقاء والتطابق بين السياحة كظاهرة بشرية ذات طبيعة مركبة متعددة الجوانب ، والجغرافيا كعلم موضوعي يمتلك ميزة مرونة للتطبيق بد أن تخلص من جمود النظرية منذ عدة عقود . مما زاد قدرة الجغرافيين على التمتع في

منظور صناعة السياحة بموضوعية ووضوح في إطار علمي متميز - فظاهرة السياحة كما يقول أستاذنا الدكتور محمد خميس الزوكة تدخل في مجال واهتمام علم الجغرافيا الذي يسعى إلى زيادة معرفة الإنسان وفهمه للبيئة لتزداد قدرته على استغلال مواردها في الأغراض المختلفة - ومعنى ذلك إمكانية توظيف الجغرافيا في مجال السياحة بإظهارها للخصائص (الموارد) المكافئة من حيث الملامح والتوزيع التي يمكن أن تشكل عرضا يستثمر لتلبية الطلب السياحي - وهذا يبرز العلاقة الوثيقة بين بعض ملامح البيئة الطبيعية كالسواحل البحرية والجزر وبعض أشكال السطح الأرض والبحيرات والأشكال النباتية الطبيعية والحياة الحيوانية الفطرية وأنماط السياحة المرتبطة بهذه الموارد إن دراسة العلاقة بين الجغرافيا والسياحة أمر هام فبعض الجغرافيين يعرفون الجغرافيا بأنها علم المسافات لتأثير المسافات على الظواهر المختلفة مما يعني إمكانية اعتبار السياحة من الموضوعات التي تدخل دائرة الاهتمام الجغرافي لتأثير عامل المسافة على صناعة السياحة فالمسافات الفاصلة بين الدول وبعضها لها تأثير كبير حيث يكون من الأفضل دراسة الأقاليم المصدرة لسياح بلد ما ودراسة الوقت الذي تستغرقه الرحلة من الدولة المصدرة للسياح والدولة المستقبلة لهم - فالمواقع القريبة من أسباب ازدهار السياحة ومن هنا فإن الارتباط بين مصر والدول العربية والأوروبية القريبة يجب أن يكون محل نظر واعتبار لدى العاملين بالتنشيط السياحي وعمل دراسات متعمقة وهذه الدراسات لا يمكن إغفال علم الجغرافيا فيها - ومن ذلك دراسة المراكز العمرانية السياحية والمنتجعات الساحلية أو البحرية والمنتجعات الرياضية وأرضا الطبيعية والعلاجية .

### التنشيط السياحي وعلم الإحصاء

نعتمد أن الإحصاء السياحي يمثل بصورة حقيقية وواضحة الواقع السياحي لدولة ما أو محافظة أو مدينة - وعلم الإحصاء تطور تطوراً كبيراً ولكن الأساس في هذا العلم هو أنه من أئزم الأمور للسياسة السياحية أن ترتكن إلى إحصاءات سليمة ودقيقة تمكن من معرفة المقدمات والنتائج وتبني عليها سياسة دعائية في



الخارج وسياسة تخطيطية في الداخل ولعل أول الموافقت عن الإحصاء السياحي كان للأستاذ مصطفى زيتون - وكيل المراقبة العامة للتخطيط والبحوث والإحصاء بمصلحة السياحة في عام ١٩٦٥ في الوقت الذي كان الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب مدير عام مصلحة السياحة في هذا الوقت وقدم لكتاب الإحصاء السياحي ودراسات في الإحصاء السياحي الصادرين عام ١٩٦٥ - وورد في هذا التقديم أنه ما أوجنا إلى الدراسة الواعية للأسواق السياحية وعمل المقارنات والإحصاءات عن عدد السياح في البلاد السياحية المتقدمة وطرق المواصلات السياحية ومدى الخدمات التي تقدم للسياح وقيمة كل منها والمستويات المختلفة للفنادق ومدى الكفاية للمكانة لكل هذه الفنادق وأن سبيل ذلك هو الإحصاء السياحي - فالسياحة كعلم لا غنى لها عن الإحصاء فهو السبيل الوحيد لجعل التخطيط محبوباً بحيث يوتي ثمرته المرجوة .

والواقع أن الإحصاء السياحي كما جاء في كتابي الأستاذ مصطفى زيتون يؤكد أنه لا غنى للعاملين في المجال السياحي أو للتشيطي عن الاستفادة من علم الإحصاء - خاصة وأن العلم يبحث في متوسط الإنفاق اليومي للسائح ووسائل الإنفاق السياحي وتقدير الإيرادات السياحية والسياسة في المدفوعات وائر السياحة في الدخل القومي - وصناعة السياحة في مشروعات للتنمية والإحصاءات الاقتصادية واقتصاديات الفنادق والإحصاءات المتعلقة بها وبالمواصلات السياحية والطيران وأهمية إحصاءات النقل الجوي والبحري .

وإذا كان ذلك قد حدث منذ أكثر من أربعين عاماً فلما أن تخيل الأهمية التي يحتلها علم الإحصاء خاصة بعد الطفرات التكنولوجية والعلمية والأبحاث ورسائل الماجستير والدكتوراه التي تعرضت للإحصاء طبقاً للمفاهيم الحديثة والأسلوب الإحصائي المتقدم المعتمد على بيانات متقدمة من الانترنت والأساليب المتقدمة في البحث وسهولة الوصول إلى المعلومات والبيانات من خلال الكمبيوترات ولكن ما زال للرواد الأوائل الذين كتبوا في علم الإحصاء كل التقدير والتبجيل والاحترام فما وضعوه من معلومات وبيانات وإحصاءات كانت للبيانات

الأولى التي تم عليها إعلاء البنيان والذي يستفيد منه الآن آلاف العاملين في مجال السياحة والتنشيط بصفة خاصة - فالاعتماد على العمليات الإحصائية تحول النشاط السياحي إلى أرقام تمكن المخططين من وضع الاستراتيجيات المستقبلية على أسس علمية وتقييم الوضع السابق والحالي من خلال نتائج الإحصاءات التي تحرص الدول المتقدمة على إدراجها في رأس أولوياتها - كما يحرص المستثمرون في المجال السياحي على توفر أكبر قدر ممكن الإحصاءات التي تقوم بدور كبير في التهيئة لاتخاذ القرار السليم من العمليات الإحصائية التي تظهر الواقع الفعلي للنشاط السياحي .

### التنشيط السياحي وعلم الآثار

في مصر ومنذ بدأت تعرف السياحة لارتبط النشاط السياحي بالآثار فلا يوجد سياحة ما لم نتحدث عن الآثار وحتى بعد أن عرفت أنماط جديدة من السياحة إلا أن السياحة المصرية ما زالت في ذهن الكثير من الأجانب هي الأهرامات والمعابد والتراث الحضاري المصري القديم . وتاريخ مصر القديمة لا يعتمد فقط على الأحداث السياسية والدينية ، ولكن هذا التاريخ يشمل الجوانب الحضارية والمعمارية والفنية وهنا علينا أن نعرف الأثر وأيضاً علم الآثار - أما الأثر فهو كل ما أبدعه الأجداد وخلفوه لنا من مقابر ومعابد ومسكن ولأوت حياة يومية وأدوات الزينة وتماثيل وحلي وتماثم ويردي وموميوات وفخار وغيرها - والآثر من حيث الوظيفة إما دينوي أو ديني فالآثار الدينوية هي التي تستخدمها الإنسان من مساكن ومنشآت إدارية ومنشآت عسكرية وكل أدوات الحياة اليومية أو أثر ديني أي تلك التي أعدها الإنسان لعالم الأخرى من مقابر ومعابد ومقاصير وتوابيت وتماثيل جنائزية .

والأثر من حيث طبيعته إما ثابت Monument أو منقول Object أو اثر صغير Minor object وللتأثير يمثل للمنشأة في موقعها كالمعبد والمقبرة - والمنقول هو الأثر الذي نقل من مكان للثور عليه يتعرض في متحف والذي يمثل نتاج التنقيب الأثري مثل التماثيل والعناصر المعمارية والموائد والقرابين واللوحات

الجنائزية والتوابيت، أما الأكثر الصغير فهو الأثر دقيق الحجم مثل الطهي والتمائم وأدوات الزينة والأختام والتمائم الصغيرة وأدوات الحياة اليومية وغيرها .

أما علم الآثار Archaeology فهو العلم المعني بدراسة كل ما خلقه الإنسان على سطح الأرض واشتقت الكلمة لدلالة على علم الآثار من كلمتين يونانيتين هما Arche ومعناها البدء و Logos ومعناها كلمة أي أن Archaeology في معناها الحرفي "بداية الكلمة" أي بداية إبداع الإنسان القديم أو دراسة كل ما هو قديم .

والاهتمام بالقديم أمر متأصل في نفس الإنسان في كل زمان ومكان ربما بدافع حب الاستطلاع أو التعرف على فكر السابقين من خلال ما تركوه أو الاحتفاظ بكل ما هو قديم لقيمته المعنوية أو الأدبية أو حتى القيمة السعوية لكل ما هو قديم وثمين .

وتشهد الآثار المصرية نقوشا ومخريشات وشواهد تعبر عن زيارات السائحين من حكام وغيرهم عبروا من خلال ما سجلوه عن إعجابهم بهذا الفن أو تلك العمارة - ومنذ عصر النهضة في أوروبا والانبهار بتزايد الحضارات القديمة وبدا الأمر مهيئا لنشأة علم مهتم بالآثار ويظهر علم الأنثروبولوجي وعلم الجغرافيا والهندسة والتقنيات الأثرية.

### المصريون القدماء والحفاظ على الآثار

إن قضية الحفاظ على الآثار من أهم وأبرز قضايا العمل الأثري وقد عنيت مصر كغيرها من الدول ذات الحضارات النابضة بهذه القضية للحفاظ على التراث الإنساني للأجيال القادمة - والمطلع على التراث الحضاري عبر العصور في كل زمان ومكان سوف يتأكد عمليا من سعي الإنسان للنهوض بهذه المهمة بكل ما أوتي من تجربة وخبرة ومهارة - ولأن الإنسان ميل بفطرته للاقتناء والحفاظ على اقتناء أو إصلاح ما تهتم من معابد أو كنائس أو معابد أو أي أثر ثابت تمثل نوعا من الحفاظ على الآثار فهي تمثل للإنسان قيمة تاريخية أو أثرية أو تحصل

ذكرى معينة - ومن هنا أتى ما يسمى بالوعي الأثري وأهميته ووسائل نشره فلذا أولدت له أن تحافظ على تراثها الأثري فلن نجد أفضل من الوعي الأثري مسابجا يحتضن هذا التراث - ويعني الوعي الأثري في أبسط كلمات ادراكا حقيقيا لمعنى التراث وأهميته وقيمه وهو من تجاوز الأجداد القدماء ولقد أولى أساتذنا الدكتور عبد الحليم نور الدين عالم الآثار المبدع موضوع الوعي الأثري وأهميته جزءا هاما من مؤلفه آثار وحضارة مصر القديمة الجزء الأول وطلب أن يتم تبني الوعي الأثري لدى الجماهير كل موجبات البحث والاهتمام حيث يعتبر الوعي الأثري عندما ينتشر على مستوى الجماهير العريضة من أبناء الشعب خير تعبير بالفعل عن مبلغ ما وصل إليه التحضر في الشعب - وخير لمة وخير شعب هو الذي يمتلك الوعي الأثري - ولا يبلغ الشعب هذه المرتبة من الوعي من غير أن يعي تماما أن من لا ماضي له لا خير له في حاضر - وأن صياغة وبناء الحاضر لا يمكن أن تبني إلا على أساس هذه القاعدة الحضارية للرسخة العريقة - وعلم الآثار الذي يدعمه ويشد أزره الوعي الأثري يختلف كثيرا عن علم الآثار الذي يفقد هذا الدعم .

وفي غيبة الوعي الأثري الوطني والقومي على مدى القرون الثلاثة الماضية واعتبارا من حوالي القرن السابع عشر الميلادي وفد الخطر الذي من التراث الأثري في بلادنا بكل بسوء - وكما امتدت أيدي المغامرين والأثريين من الأوروبيين الباحثين عن الشهرة أو عن الثراء إلى المواقع الأثرية وهم لم ينقبوا التنقيب السليم عن الآثار بل كانوا ينشون نبشا مخزيا للتراث في المواقع الأثرية . وهم أيضا الذين حاولوا على تهريب بعض القطع الفنية الأثرية النادرة التي لا تقدر بثمن والناس أصحاب هذا التراث في غفلة لأنهم لا يملكون الوعي الأثري ، ومن ثم فإن بقطة الوعي الأثري ونشره على كل المستويات ضرورة أو مسألة وطنية بالدرجة الأولى حتى لا تشاهد مرة أخرى هذه التحف وتلك الكنوز في غير مصر - ففي غيبة الوعي الأثري سابقا شاهدا تحفا الأثرية وكنوزنا وهي تزين متاحف أوروبا والمجموعات الأثرية الخاصة في القصور العتيقة وحتى لو أردنا استرداد أو عرض بعض هذه التحف الأثرية لفترة زمنية في مصر بلدها الأصلي برفض

من سرقوا كنوزنا رفضا بلقا .

ومن هنا نادى أستاذنا الدكتور عبد الحليم نور الدين أنه على صعيد هذه المسؤولية لا يمكن لجهة واحد أن تتصل بمسئولية الوعي الأثري وإنما لابد وأن تشارك زمرة من الشركاء في المسؤولية على كل المستويات ولولها وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار ووزارة التربية والتعليم ووزارة التخطيط للعالي ووزارة السياحة ووزارة الأوقاف ووزارة الشباب ووزارة الإعلام وأنه ينبغي أن يتألف مجلس متخصص للتنسيق لكي يحسن توظيف كل شريك في هذه المسؤولية للتوظيف الأنسب لث روح ومطلق التوعية وعلى سبيل المثال تكليف وتوجيه وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة بالإعلام الذي يعالج ويعبر عن الخلفية الحضارية لمصر وتوسيع دائرة إنشاء المتاحف الإقليمية في المدن الرئيسية وعواصم المحافظات وهذا ليس بفكر جديد وإنما إحياء لفكر سابق فكم شاهدا في الخمسينات وأوائل الستينات من القرن الماضي متحف مدينة طنطا الذي كان يضم كثيرا من الكنوز ثم استولت الحكومة على مقر المتحف ليكون مجلس مدينة طنطا كما لو أن المتاحف نقل أهمية عن الإبداعات ، وكذلك ضرورة تنشيط السياحة الداخلية والرحلات السياحية العلمية والخاصة ودعم وتكثيف وسائل النقل التي تخدم السياحة إلى المتاحف والمواقع الأثرية وتوزيع النشرات المكتوبة بلغة هذه الآثار ويستحسن أن يكون الحديث عن الآثار مصحوبا ببعض الصور والشرائح والأفلام السينمائية الملونة مع تكليف الجامعات وبعض الجهات المتخصصة بتنظيم دورات تكميلية عن الآثار .

وقد انتهى الدكتور نور الدين إلى أنه مهما يكن من أمر فإنه ينبغي أن نعرف كيف يتجاوز الناس أو تتخطى الجماهير الحد الفاصل بين اللاوعي بقيمة الآثار إلى الوعي الكامل بالآثار المصرية وأن نوسع في الأفراد الإحساس بالمهابة والعزة والتقدير .

ويستطرد سيادته أنه قد ظهرت بالفعل بعض المؤشرات التي تبشر بالخير في الوقت الحاضر وتجسد هذه المؤشرات انتماش الوعي الأثري بين أفراد الشعب

المصري وهو في أشد الحاجة إلى ذلك في هذه الفترة التاريخية ومن هذه المؤشرات المبشرة الإقبال على زيارة المتاحف والإقبال على طلب ودراسة علم الآثار في الصفوف الجامعية - وطرح قضايا الآثار للمناقشة في بعض المجالس الخاصة بين زمرة المتقنين ولؤلؤ للغيث قطرة .

### الآثار المصرية والتنشيط السياحي

في الاحتفالية العلمية الدولية لتكريم عالم المصريات الدكتور عبد الحليم نور الدين - التي عقدت فعالياتها بجامعة القاهرة وكلية الآداب جامعة الإسكندرية ومكتبة الإسكندرية في الفترة من ١٠-١٢ إبريل عام ٢٠٠٧ كان لنا شرف إلقاء كلمة في هذه المناسبة جاء بها أنه صاحب حس ثري راقي مرتبط بروية سياحية عالية ورائعة واحتفالية التكريم هذه تحو بحق تقديرنا واحترامنا لقيمة هذه القمة صاحبة المقام الرفيع والمنارة العلمية والأثرية ، وقولنا هذا بعيد كل البعد عن المجاملة أو عبارات التكريم بل أن لهذه المقولة أصل مسجل في كتابه آثار وحضارة مصر القديمة الجزء الأول في صفحة ٣٣٠ وما بعدها ونورد هنا هذا المبحث الذي جاء تحت عنوان الآثار المصرية والتنشيط السياحي .

### الآثار المصرية والتنشيط السياحي

حدثنا الأستاذ الدكتور عبد الحليم نور الدين أن الإنسان نزع في الماضي ، بل تحمس للخروج في رحلة فيطوف ويزور المكان ويتعرف عليه ويتعامل مع الإنسان ، وقد تتحقق الأهداف المتنوعة في نهاية المطاف ، وقد يسجل من خرج في هذه الرحلة انطباعاته ورويته بكل الصنق وهو لا يكذب أو لا يضلل . وقد يضيف من عنده تعليقاً رديناً يعرض عنه ويعترض عليه كل من تتكشف له الضلالة والبهتان ، ولكن يبقى بعد ذلك كله الهدف السياحي الذي تبرر عنه وتخدمه هذه المرحلة .

ويبدو أن بعض أهم الحوافز التي تحمس هذا الخروج في الرحلة وهي تخدم إلى جانب كل الأهداف الهدف السياحي في الماضي ، تميش في الوقت الحاضر ، وربما أضيفت إليها حوافز كثيرة بناء على تحسين الوسيلة التي تخدم

المضي في الرحلة وإسقاط حلز المسافة بين المكان والمكان الآخر . والسيارة والسفينة والطائرة كلها وسائل حضارية ، تسقط حلز المسافة وتخدم حركة السليحة ورحلات السليحة ، مثلما تخدم الأهداف الآخرة التي تكون حيوية ، ويكون من أجلها الانتقال من المكان إلى المكان الآخر .

ورحلة ابن بطوطة أو ابن جبير أو غيرهم ممن سجلوا الخروج في الرحلة ، تفوح من هذا للتسجيل راحة الهدف السليحي بين كل الأهداف الحيوية الأخرى ، ورحلات كثيرة أخرى خرجت وهي تتبنى الهدف السليحي علاوة على كافة الأهداف الأخرى المعان عنها بشكل صريح أو حتى بالتلميح . ومع ذلك كانت تكاليف الرحلة أحيانا والتخوف من مخاطر الطريق أو الوسيلة تحول دون الإقدام الجريء على تنفيذ ما يجول بخاطر كل ما تحته نفسه للخروج في الرحلة التي تتبنى الهدف السليحي بين مجمل الأهداف الأخرى ، أحيانا أخرى .

هذا ، وربما كانت رحلة السليحة إلى وقت قريب هي الحلم الذي يرلود الأغلبية وترنو إليه ولكن لا تملك القدرة على ممارسة هذه الهواية . بل قل إنه في النصف الأول من القرن العشرين وهو يشهد التطور في الوسيلة الحضارية التي تخدم الرحلة وتحقق ما تصبو إليه كانت رحلة السليحة هي حق للأثرياء فقط ، ولم يكن في وسع غير الأثرياء من الناس أن يتحول الحلم الذي يرلودهم من مجرد الفكرة التي تداعب خيال الواحد منهم إلى تنفيذ عملي والخروج في رحلة تضع السليحة في المقام الأول بين أهداف الخروج .

### المتغيرات وتنشيط الهدف السليحي

قد لا ننكر بل ينبغي أن لا نستكر المتغيرات التي تولدت بعد الحسرب . العالمية الثانية وهي تحصف بالتقديم وتسف المجتمع بكل جديد . وكان من شأن هذه المتغيرات وهي حضارية وميانية واقتصادية على مستوى الجماعة والتشكيل الاجتماعي في أنحاء الأرض . أو هي ذاتية ونفسية على مستوى الفرد وأوضاعه في التشكيل الاجتماعي ، أن تحدث التغيير وأن تنتهك التقاليد التي خصصت للسليحة لزمرة الأثرياء ، بل قل أنها قلبت الأوضاع السليحية رأسا على عقب

وأصبحت رحلة السياحة حقاً مباحاً للفرد على كافة المستويات وفي الإطار المعين الذي يتحتم للذهاب إليه والتعجم بالهدف السياحي الذي يصبه ويستويه .

وتحولت السياحة إلى صناعة بالقليل ، ويجيد من يتعلم فنون وأسرار هذه الصناعة خدمة الهدف السياحي . كما يجيد توظيف الإغراء والدعاية عوامل الجذب لكي يستهوي تطلع الفرد أو حلم الجماعة إلى الهدف السياحي ، ويعرف كيف تقدم لهم في أثناء الرحلة ويتعاون منه المتعة والتعجم وكل ما هو متاح أو مباح في إطار الهدف السياحي ، وكانت للرحلات السياحية رحلات فردية أحياناً ورحلات جماعية أحياناً أخرى ، وتمضي رحلات السياحة على أوسع مدى وهي تزور الأقطار والدول في أنحاء العالم ، ومع ذلك فإن التفلوت بين إقبال هذه الرحلات إقبالاً شديداً على بعض الأقطار في مقابل عدم الإقبال على السياحة في أقطار أخرى .

وصحيح أن بعض الدول قد أضافت إلى تركيب اقتصادها الهيكلي قطاع السياحي وهو يحقق العائد الكبير وصحيح أن بعض الدول مثل إسبانيا قد تفرقت في عرض وتسويق وبيع المتعة لمن يقد إليها في سياحة فردية أو في سياحة جماعية ، وصحيح أن الرصيد الذي تمتلكه الدولة وتحسن توظيفه وتتفوق في عرضه وتسويقه وبيعه لمن يتلمس المتعة السياحية يتفلوت من قطر إلى آخر ، ولكن الصحيح بعد ذلك كله هو الكيفية التي تثر بها الدولة على هذا الرصيد والكيفية التي تحسن بها استغلاله لحساب الهدف السياحي .

وليس في وسع الدولة أي دولة أن تحسن البحث عن الرصيد الجيد الذي تستخدمه من أجل استقطاب رحلات السياحة ، وهي لا تترك بكل اللوح مفهوم السياحة وأبعاد الهدف السياحي ، بل قل من لا يدرك الهدف لا يمكن أن يصيبه أو يصل إليه ، ومن ثم يجب أن تعرف الدولة جيداً هذا المفهوم بعد تغيره وهو يطلوع المتغيرات في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، وينبغي أن يستوعب الفرد ، وأن تستوعب الجموع في إطار التشكيل الاجتماعي هذا المفهوم لكي يتسنى التعامل الأفضل مع ما يعنيه وما يجسده ويتطلع إليه هذا الهدف السياحي ومفهومه المتغير



في المكان والزمان .

ومن وراء هذا المفهوم المتغير ، حقائق كثيرة تعلن عن التباينات والاختلاف بين طبيعة وتقاليد وأعراف ومنطق وفلسفة الحياة التي يتشبث بها الناس في أوطانهم ولا يقدمون على التفريط فيها وهم أصحاب الأرض وحق السياحة المطلقة عليها ، وطبيعة التقاليد وأعراف ومنطق وفلسفات الحياة التي يتجلى بها وتوجه سلوكهم وليس في وسعهم الإقلاع عنها وهم وفود وقادمون في رحلاتهم السياحية .

ولا شيء أقيد ومستول عن إجحاح الهدف السياحي من الحرص على استيعاب هذا التباين وتجاوز كل الضوابط التي يفرضها المجتمع السيد في وطنه وعدم إلزام السياحة بالقبول بها أو الامتثال لأوامرها ونواهيها ، وبمعنى أن يرتفع الناس ويسمو المجتمع إلى الحد الذي لا يعترض على السلوك الغريب اعتراض من يعاقب أو من يلوم أو من يجرم . وهناك حد مقول يمكن أن يوضع لكي ينضبط بموجبه هذا السلوك الغريب حتى لا يتأذى منه المجتمع ويستتكر الهدف السياحي إلى درجة التفريط في القيمة الاقتصادية التي يجنى ثمارها من السياحة .

وفي إطار هذا المفهوم المتغير ، يرنو السائح أو يتطلع إلى تحقيق الهدف السياحي ، ويمثل هذا الهدف ضربا من ضروب المتعة والتنعيم لأنه يجاوب الحاجة أو الحافز الذي يخرج من أجله السائح ، ومن ثم لا رحلة سياحية من غير هدف سياحي مشروع في نظر السائح على الأقل ، بل قل ولا متعة أو تنعم من غير أن يحقق السائح للهدف السياحي الذي تحمس له وخرج في الرحلة السياحية الفردية أو الرحلة الجماعية من أجله .

ويستعي التمتع في مفهوم الرحلة السياحية وهو يطالوع المتغيرات أن نعرف جيدا لماذا تكون الرحلة السياحية قبل أن نعرف كيف تكون وماذا يستقطبها وينشطها ويجعل منها موردا من موارد الدولة الاقتصادية ويتحقق منها الحصة المناسبة للقطاع الخاص والناس الذين ينتفعون بهذه الرحلات السياحية .

## مقومات السياحة وعوامل الجذب السياحي

تنظيم الرحلة السياحية الفردية والرحلة السياحية الجماعية لا يبدأ أبداً من فراغ ، وهناك من غير شك الدواعي والأسباب والمبررات التي تكسب من وراء تنظيم هذه الرحلة وتدعوها إلى الخروج ، وخروج هذه الرحلة السياحية الفردية أو الرحلة الجماعية لا يكون أبداً من غير هدف ، هناك من غير شك أكثر من هدف أو غاية يتطلع إليها من يخرج ويدفع تكاليف هذه الرحلة عن طيب خاطر ويكبر قدر من السخاء حسب قدراته المالية ، وهذا التنظيم الذي يبدأ من فراغ ولا يكون من غير هدف ، ينتهي أولاً وأخيراً على إحراز القسط الأنسب من المتعة والتسليم ، ولا تكاد تتحقق هذه المتعة التي تطمئن عنها نتيجة للتقويم الغني للرحلة السياحية إلا إذا شُيِّعت الرحلة الحلجة التي خرج من أجلها الفرد أو الجماعة في هذه الرحلة ، ولا إشباع من غير أن يتحقق الهدف ، ولا يتجاوز هذا الهدف البحث عن المتعة على أحد وجهين في البلاد الذي تمضي الرحلة السياحية وتنتمى بزيارته .

ويتمثل الوجه الأول في خصائص الطبيعة التي يتميز لها البلاد الذي تذهب إليه الرحلة السياحية ، وقد يطلب السائح المتعة وهو يعيش للواقع التضاريسي ويتأمل مهارة أنامل الطبيعة وعواملها الفاعلة وهي تشكل التفاصيل البديعة في إطار للصورة التضاريسية أو إطار الصورة الحيوية وما تحتويه من نمو نباتي ووجود حيواني بدیع .

وقد يجد السائح المتعة بحالة الطقس ويتنعم بالجو المعتدل الجميل وهو يتزلج على الجليد ويلهو أو وهو يجالس البحر وينال فيه في حلم صيف بدیع ولا تثريب على من يطلب متعة التعلّش مع الطبيعة في سويحات فراغ يخصصها لراحة للنفس والبدن ، ولا يبخل من يبحث عن هذه المتعة في دفع الثمن المناسب في مقابل التمتع والاستمتاع الحقيقي بهذه المتعة الطبيعية ، وكم من دولة كان في وسعها أن تسخر الواقع الطبيعي الخلاب في استقطاب الرحلات السياحية . كما كان في وسعها أن تجعل من عوائد الرحلات السياحية الإضافية الاقتصادية الجيدة إلى داخل الفرد وإلى موارد الدولة .

ويتمثل الوجه الآخر في إنجازات الإنسان البديعة التي تستهوي السياحة والرحلات السياحية ، وللتراث الأثري الذي اصطنعته الأيدي الماهرة من أصحاب الحضارات القديمة يشد لفتباه السياحة وتتطلع الرحلة السياحية إلى تحصيل واستيعاب هذه المتعة ، وهناك إنجازات العصر الحديث مثل المعارض والمتاحف ومزارع الزهور النادرة التي تغري السياح وتستقطب اهتمامات الرحلة السياحية واضف إلى ذلك كله المزارات والأماكن المقدسة التي تستهوي السياح في مواسم معلومة ، ومواقع يزدهر في ربوعها العلم وتحطيه لمن يطلب بسخاء ويستهوي نمطا متخصصا من السياح ولا تثريب على من يطلب متعة التعايش مع إنجازات الإنسان قديما أو حديثا في سويحات أو في أيام أو في فترات تكفل له التمتع وتحقيق الهدف ، ولا يخل أو يقرّر من يطلب هذا الهدف في دفع الثمن في مقابل الاستمتاع الحقيقي بهذه المتعة الإنسانية ، وكم أفلحت في حسن استخدام ما تملكه من تراث أثري من أجل استقطاب الرحلة السياحية ، وكم من دولة متقدمة فنيا وعلميا في وسعها أن توظف هذا التقدم الذي يبههر ، حتى يستقطب السياحة والرحلات السياحية .

وينبغي أن نشير إلى بعض الدول التي تجيد أو تحسن استخدام ما هو متاح في ربوعها سواء تمثل في جمال الطبيعة أو تمثل في تراثها القديم أو إنجازاتها الحديثة أو المعاصرة ، في استقطاب وتنشيط السياحة ، وتجيد هذه الدول في كثير من الأحيان توظيف المؤتمرات والاجتماعات لحساب العمل السياسي أو العمل الاقتصادي أو العمل الرياضي أو العمل الاجتماعي وتجمع الوفود من دول كثيرة على الصعيد الإقليمي أو على الصعيد العالمي ، على النحو الأتبع لتنشيط السياحة والرحلات السياحية . ولا تترك وسيلة أو أسلوبا من غير أن تحسن توظيفه فهي بث الدعاية وتوجيه الدعوة التي تنشط الإقبال السياحي ، ولا سبيل مثلا لإنكار حسن استغلال فترة الألعاب الأولمبية أو موسم الحج من كل علم في جني ثمرات الوفود في طلب المتعة لحساب النشاط السياحي .

## آثار مصر في الخارج وكيفية توظيفها لخدمة التنشيط السياحي

أكننا في كتابنا الإسكندرية روعة وعطاء أنها مدينة عالمية بما قدمت إلى بقاع الأرض وأركان الدنيا من آثار وكنوز خرجت من الإسكندرية ولا زالت شاهدة عليها فهذا الكم الهائل من الآثار التي خرجت من الإسكندرية لتغزو العالم وتذكره بهذه الحضارة العظيمة - ولما ما كانت الوسيلة التي خرجت بها هذه الآثار فمنها ما تم إهداؤه ومنها ما تم شراؤه وأكثرها ما تم سرقة ، لكن يبقى أن أكبر ميادين العالم حيث يشاهد ملايين المترددين عليه آثار من الإسكندرية وأعظم متحف العالم والتي يزورها الملايين يشاهدون التحف الأثرية النادرة من الإسكندرية ولو أردنا حصرا لكل ما خرج منها وبقي في مواقع أخرى ليزكر العالم بهذه المدينة العظيمة لكان علينا أن نجوب الأقطار شرقها وغربها - ونضرب مثلا بمسلة كليوباترا - فقد كان من عادة قدماء المصريين عدد تشييد المعابد إقامة مسلتين عدد مدخلها الخارجية - وقد أرادت كليوباترا أن تحو نحو هؤلاء الفراعنة عند شروعها في بناء معبد السيزاريوم الذي شيد إكراما لاطونيوس باسم الإله حورس البحارة - وقد أقيم هذا المعبد على مساحة واسعة في المنطقة المعروفة الآن باسم محطة الرمل إلا أنها لم تحو حذا قدماء المصريين من الفراعنة الذين كانوا يحفرون المسلات من حجارة أسوان وينقشون عليها أسمائهم وأسماء الآلهة المقامة لها المعابد والمواقع الحربية التي خاضوها - ولما أمرت كليوباترا بنقل المسلتين من معبد عين شمس وكانتا تحمل شمار الملوك تحتمس الثالث ورمسيس الثاني وسيتي الثاني وقد نصبت بعد نقلهما في المواقع المجاور للتفصلية الإيطالية الحالية بمنطقة سعد زغلول وبمواجهة الميناء الشرقي في هذا المكان وفي القرون الوسطى سقطت هاتين المسلتين وظلت في مكانها إلى أن طلبت الحكومة الإنجليزية من محمد علي باشا التصريح لها بنقلها إلى إنجلترا ولكنها لم تنقل إلا في عام ١٨٧٧ حيث نصبت على ضفاف نهر التايمز .

ثم أهديت للمسلة الثانية عام ١٨٧٩ إلى الولايات المتحدة الأمريكية وهي قائمة الآن بكل الشموع بميدان سنترال بارك بنيويورك - وإذا عبرنا المحيط

الأطلنطي متجهين إلى قلب أوروبا فسنجد في متحف اللوفر بباريس حجرين كريمين محفور عليهما صورة بطليموس الرابع - إحداهما من الأمام والأخرى من الجانب - وفي متحف الفاتيكان تمثال من البازلت للملكة لوسينوي واقفة على الطريقة الفرعونية - وتمثال النيل الموجود بالفاتيكان (توجد نسخة مصغرة منه بمتحف الإسكندرية) - وهذا التمثال الموجود بالفاتيكان نسخة من مجموعة يونانية مصرية قديمة وهذه النسخة صنعت لهيكل إيزيس وأوزيريس في روما - وإذا استعرضنا التماثيل الموجودة بمتاحف العالم والتي خرجت من الإسكندرية في عصورها المختلفة أو تلك التي اتخذ أشخاصا لهم علاقة بالإسكندرية وتاريخها فنجد تمثال نصفي لبلوتارخوس من العصر الروماني ومحموط بمتحف دلفي - وتمثال لبطونبيوس المحفوظ بمتحف الفاتيكان والتمثال للنصفي لكليوباترا السابعة المحفوظ بالمتحف البريطاني .

وفي بحث مشترك مع الدكتورة ميرفت سيف الدين مدير عام المتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية قدم في مؤتمر الإسكندرية - مدينة الحضارات الأبعاد التاريخية والثقافية والأثرية والسياحية والبيئية الذي عقد في مكتبة الإسكندرية في الفترة من ٢٥-٢٧ سبتمبر ٢٠٠٣ والتي صدرت أبحاث هذا المؤتمر في جزئين يكونان ١٥٠٠ صفحة من الأبحاث لعلماء مصر وهذا المؤتمر كان الأول والأخير والاهم - وقد ورد بالبحث أن الآثار التي نقلت خارج مصر بطريقة شرعية أو غير شرعية في أواخر القرن الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر وساهمت الأحداث التاريخية التي شهنتها مصر في تلك الأونة في تسويق وازدياد حركة ونقل الآثار المصرية والسكندرية إلى الخارج حيث كان لسفراء وقناصل الدول الأجنبية وخاصة الأوروبية وعلى رأسهم إنجلترا فرنسا - إيطاليا - النمسا على سبيل المثال دورا كبيرا في تسهيل مأمورية ومهمة نقل الآثار أثناء فترة خدمتهم بمصر والتي ولحسن الحظ تم عرض أكثرها بمتاحف أوروبا الكبرى مثل المتحف البريطاني - متحف اللوفر - متحف برلين ومتحف فيينا - وتعتبر هذه الآثار بمثابة سفير لبلدنا لتعريف العالم كله بحضارة مصر الفرعونية ودور مدينة الإسكندرية ومكائنها العريقة من العالم اليوناني الروماني .

ومن ضمن الأثار التي خرجت مجموعة من الميداليات الذهبية وعسدها ه قطع عثر عليها بمنطقة أبي قير وجميعها ترجع إلى العصر الروماني وعلى وجه الدقة تؤرخ للقرن الثاني الميلادي - حيث أنها كانت تمنح كجوائز للفائزين بالألعاب الأولمبية وهذه الميداليات لم يعثر بعد على مثل لها - وقد تم تهريبها إلى بلاد اليونان ومنها إلى أوروبا وأمريكا - حيث لم يعرف أملكهم حتى وقت قريب - وهذه للقطع الآن محفوظة بعدة متاحف عالمية - متحف سلونيكى ومتحف برلين ومتحف بالتيمور .

وهذه للقطع هامة للغاية حيث انه ممثل على إحداهما رأس الملك المقدوني فيليب الثاني وولد الإسكندر الأكبر الذي نجح في ام شمل بلاد اليونان ضد عدوها للاندود - الفرس - وعلى ميدالية أخرى يصور عليها والدة الإسكندر اوليمباس وميدالية أخرى مصور عليها الحورية عارية تظهر تمتطي ظهر الثور الذي يجري مسرعا وهذا الثور مخلوق أسطوري - حث ينتهي ذيله على شكل ثعبان .

ويوجد أيضا رأس من الرخام للإسكندر الأكبر وموجودة بالمتحف البريطانى منذ عام ١٨٧٢ والجنير بالذكر أن معظم القطع الأثرية التي آلت إلى المتحف البريطانى والتي عثر عليها بالإسكندرية قد خرجت من البلاد بطريق شرعى حيث هزم الجيش الفرنسى على يد الجيش الانجليزى وعقد معاهدة بالتحديد في ٣٠ أغسطس ١٨٠١ ، كان من أهم شروطها تسليم جميع القطع الأثرية التي قام بجمعها علماء الآثار الفرنسيين أو الهواة من أفراد الجيش إلى المتحف البريطانى بلندن - وقد قام للحكم العسكري للتركي لمصر آنذاك بتسليم هذه القطع الأثرية إلى الجيش البريطانى وذلك لنقلها وعرضها بالمتحف البريطانى بلندن - ولذا فقد غادر الجيش الفرنسى بطلانه خاوي اليدين باستثناء بعض المقتنيات الأثرية الخفيفة والسهلة الحمل مثل البردي ولقد قام سكرتير المعهد المصرى للآثار جوزيف فورير بإعداد قائمة بخط السيد محفوظ بالأرشيف المركزى بانجلترا - ونسخة أخرى مصورة يحتفظ بها القسم المصرى بالمتحف البريطانى وهذه القائمة مدعمة برسومات لهذه القطع الأثرية .

وهناك بعض القطع الأثرية الأخرى التي كانت ملكية خاصة للملك جورج الثالث والذي قام بدوره بإهدائها إلى المتحف البريطاني عام ١٨٠٢ ومن أشهرها بالطبع حجر رشيد وجزء من تابوت الملك نكتنبو وهو يقوم بتقديم القرابين أما الوسيلة غير الشرعية فهي تلك التي انتهجها القنصلمة الأجانب بالإسكندرية سواء عن طريق شراء واقتناء هذه القطع الأثرية أو القيام بالحفائر بالمدينة وأغلب هذه القطع تم نقلها لبلادهم .

ومن أهم القطع التي حفظت بالمتحف البريطاني تمثالين من البرونز للملك البطلمي الثاني فيلادلفوس وزوجته ارمينوي الثانية - ورأس أخرى للملك فيلادلفوس من الرخام ورأس أخرى للمجود سيرابيس .

وفي متحف كامبل بالملفيا رأس رخامية خاصة بالملكة برنيكي الثانية ورأس للملك البطلمي الرابع فيلادلفوس محفوظة بمتحف بوسطن وبالمتحف القومي بآثينا ومتحف تورين بإيطاليا يوجد العديد من الآثار السكندرية والمصرية ونكرنا للآثار المصرية والسكندرية بالخارج قد يوحى للقارئ أو لبعض المفكرين أي مجرد وجود هذه التحف والآثار بالخارج هو خير دعاية لمصر .





## **الفصل الرابع**

### **منطقات وركائز التنشيط السياحي**



## منطلقات وركائز التنشيط السياحي

نملك رؤية وهذه الرؤية سواء كانت واضحة ومتقدمة أو حتى شعارات فكرية أو آراء شخصية - فإنها أي الرؤية تهدف منها إلى ترسيخ مفاهيم ومنطلقات قد تفيد العاملون في مجال التنشيط وملخص هذه الرؤية أن عصب النشاط السياحي هو عملية للتنشيط وقد يختلف معنا البعض وقد يكون لديهم رؤية أخرى نحترمها فالبعض يعتقد أن عصب النشاط السياحي هو تسويق أو بيع المنتج السياحي أو التنمية السياحية أو التخطيط السياحي أو التشريعات السياحية أو الإعلام السياحي أو أي فرع آخر من فروع المعرفة السياحية - ونحن لا نختلف مع هذه الرؤية وفي نفس الوقت قد نجادل في أولوياتها أو ترتيبها ولكن لكي تكون رؤيتنا واضحة فإننا نؤكد أن منطلقاتنا في هذه الأطروحة أو ما نطرحه من أفكار يعتمد على ركائز وهذه للركائز أيضا قد يختلف البعض على أولوياتها ولكنها لو أخذت كحزمة واحدة فإننا لا تمنع في ترتيب أي منها قبل الآخر أو بعده ، المهم أنها مجموعة من المراكز لها أهميتها لمن يدرس العملية للتنشيطية كمدخل هام لباقي عمليات أو أوليات النشاط السياحي - وهذه الركائز أو المنطلقات تتمثل في الطبيعة - الوعي السياحي - التاريخ - البيئة - الفنون - الرياضة - اللغة - النقل والمرور والطرق - المواني والمطارات - أماكن الإيواء ..

### الركيزة الأولى : الطبيعة ..

تلعب الطبيعة في العملية للتنشيطية أهم الأولويات فجمال الطبيعة في البلد المطلوب تنشيطه سياحيا يعتبر من أهم الأمور ويدخل في الطبيعة - الملامح جميلة المنظر للمكان المراد زيارته فبعض الملامح الطبيعية تشكل تزيينا شاقيا للحديد من أمراض المجتمعات البشرية المتحضرة وأنشطة السياحة تعتمد في أقاليم متعددة من العالم على المشاهدة والاستمتاع بمنظر الطبيعة الخلابة أو بما أقام الله به على بعض البلدان من جمال قد لا يوجد في أماكن أخرى وهذه المناظر هبة من الله سبحانه وتعالى وزعها بعنقه فبعض البلاد بها غابات والبعض الآخر بها جبال أو

واديان أو بحيرات أو شتار أو شلالات ومناطق مائية إلى آخر هذه الهبات الربانية وهي تشكل جمالا طبيعيا يستفيد منه الإنسان - فالشواطئ الرملية الواسعة المشمسة على البحار كالبحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر والبحر الأسود وجزر البحر الكاريبي بالإضافة إلى الشواطئ المنتشرة في العديد من الأقاليم العالم الأخرى سواء في أوروبا أو استراليا أو الولايات المتحدة فإن هذه الشواطئ تستقبل أعدادا متباينة من جماهير الساعين إلى الراحة والمتعة والتمتع بالشواطئ الرملية وأشعة الشمس والهواء العليل اللذيذ .

ويندرج تحت جمال الطبيعة المناخ - فالمناخ تأثير كبير على صناعة السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة في أنشطة السياحة بما توفره خصائص بعض عناصر المناخ من جذب سياحي لأقاليم معينة سواء طول العام أو خلال فترة محددة من السنة - ويلعب المناخ دورا كبيرا في توطن المنتجعات السياحية في مواقع محددة فعلى سبيل المثال يمثل مناخ البحر الأحمر بالنسبة لصعيد مصر شتاءا أهمية كبرى لقوامل الجذب السياحي لهذه المناطق لا يمكن تقييد مدى جذبها السياحي بعيدا عن عامل المناخ . والمناخ يمثل مجالا استثماريا أو رأس مال يمكن في حالة استغلال خصائص عناصره في صناعة السياحة أن ندر دخلا كبيرا فهناك علاقة وثيقة بين المناخ والسياحة وخاصة فيما يتعلق بخصري درجة الحرارة والرطوبة النسبية حيث تلعبان دورا هاما في متطلبات شعور الإنسان بالراحة من ناحية المناخ وبالتالي قدرة بعض الأقاليم أو المواقع السياحية أو المنتجعات في خلال شهور الصيف أو حتى شهور الشتاء فالمعروف أن جسم الإنسان يتأثر بأحوال الجو المحيط به بصورة مباشرة .

إذا فصناعة السياحة شأنها في ذلك شأن كل الأنشطة البشرية تتأثر بملامح البيئة الطبيعية المحيطة ، فالطبيعة تلعب دورا لا يمكن إغفاله في توزيع مواقع وأماكن الاستجمام والترفيه وفي تحديد أنماط السياحة وتسهم أيضا في تحديد مدة إقامة السائح وحتى تتم الزيارات السياحية لهذا الإقليم أو ذلك ، فالطبيعة تحدد في حالات كثيرة مدى إمكانية مزولة النشاط السياحي - فجمال الطبيعة والمناخ يحدد

ملاحم يبحث عنها السياح ويقطعون مسافات طويلة أو قصيرة من أجل الوصول إلى المواقع التي تتمتع بجمال الطبيعة وحسن المناخ مما يؤكد أن هناك علاقة وثيقة بين الطبيعة وصناعة السياحة وبالتالي العملية التنشيطية التي تعتمد اعتمادا كبيرا على جمال الطبيعة وحسن المناخ .

إذا فالنماخ وجمال الطبيعة فهذين العاملين أهم عوامل للجذب وعليه يمكن التخطيط للإجازات في المناطق التي تنقسم بدرجات حرارة معتدلة وسطوع منتظم ودائم للشمس حيث يمثل المناخ رأس المال غير المنظور لكثير من مواضع الاستجمام ويختلف ذلك باختلاف أقاليم العالم المناخية فالأقاليم ذات الشتاء الجاف والشمس الساطعة اكتسبت أهميتها من مناخها - ومن دراسة تيارات السياحة العالمية نجد أنها نتجة من أقاليم المناخات الباردة والسحب الدائمة إلى الأقاليم الدافئة والشمس الدائمة وعبور المياه المعتدلة .

ومن هنا ظهر ما سمي بالسياحة العلاجية التي تعتمد في المقام الأول على ما منحه الطبيعة لبعض الأماكن أو الأقاليم من منح الهبة وهبات ربانية فاستغل الإنسان هذه المنح والهبات أحسن استغلال لصالح الإنسان أيضا وخاصة للمرضى منهم والذين يتم شفاؤهم وعلاجهم من الطبيعة .

#### أما تعريف السياحة العلاجية .....

فإنه يتمثل في انتقال السائح من بلده الأصلي داخل أو خارج وطنه بهدف الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى بصور طبيعية في جو أو مياه بلد آخر والتي يفقدها السائح في طبيعته بلده الأصلي ، وبناء على ذلك فإن السياحة من المنظور الصحي والذي يخدم تحقيق الأهداف المعنوية البحتة ولتقرر المدرج منها مجموعة الأهداف المشتركة فإنها تنقسم إلى قسمين هما : السياحة الوثائقية ، والسياحة الاستشفائية .

## السياحة الوقائية ..

ويشتمل هذا القسم على جميع أنشطة وأنماط السياحة التي يمكن حصول الإنسان فيها على الأسباب التي تدعم أو ترفع مستوى الأداء الطبيعي لوظائفه الجسدية والعقلية والفكرية وتنمي علاقاته الاجتماعية كل ذلك من خلال انتقال الإنسان الاختياري المؤقت إلى الأماكن التي تمتلك موارد هذه الأسباب بشكل تلقائي ذاتي حر لا يخضع للإشراف الطبي المتخصص على ممارسة هذه الأنشطة في أماكن القصد .

وتمارس خلال السياحة الوقائية الأنشطة التي تؤدي إلى تجديد حيوية الإنسان وإثرائه وتحسن نفسية السائح وتنمي ثقافته وأفكاره حول قانون الطبيعة وتمتعه الديني والروحاني وهذه الأنشطة تمارس من خلال رحلات سياحية متعددة قصيرة المدة متفرقة الأنشطة أو من خلال رحلة سياحية واحدة ذات مدة كافية بممارسة عدد كبير من الأنشطة دفعة واحدة .

## السياحة الاستشفائية

تختلف السياحة الاستشفائية عن السياحة الوقائية الحرة في أن أنشطتها تمارس داخل أماكن ذات قيم علاجية طبيعية مخططة للعلاج والنقاهة يطلق عليها مصحات الاستشفاء يخضع فيها تقرير أنشطتها من حيث الأساليب والمدة اللازمة لممارستها للإشراف الطبي المتخصص وتنقسم الأنشطة التي تمارس في سياحة الاستشفاء لدخل المنتجات العلاجية إلى :

١. أنشطة السياحة العلاجية Medical Tourism .

٢. أنشطة السياحة الوقائية Controlled provocative Tourism .

## ١. السياحة العلاجية ...

تتمثل السياحة العلاجية في انتقال السائح من بلده الأصلي داخل أو خارج وطنه بهدف الاستفادة من العناصر أو القيم العلاجية الطبيعية التي أوجدها الله سبحانه وتعالى جو أو مياه بلد آخر والتي يفتقدها السائح في طبيعة بلده ويضطر

إلى تعويضها في بلده عن طريق المركبات الدوائية أو الأجهزة الصناعية المفعلة .  
لما بالنسبة للبلد المضيف فتمثل السياحة العلاجية فيها حسن استغلال وتخطيط  
الموارد العلاجية الطبيعية بأساليب تؤدي إلى شفاء كثير من الأمراض المؤقتة  
والمزمنة للمرضى الوافدين من داخل الوطن أو خارجه .

وتمتاز السياحة العلاجية بدور ايجابي في العلاج وذلك بالنسبة لحدوث  
ارتفاع المعنويات ونفسية المريض من خلال ارتباط حصوله على الشفاء بأماكن  
طبيعية جميلة يستطيع فيها أن يجمع بين العلاج والاستجمام والترفيه والثقافة وبذلك  
فإن الأهداف العامة للقاتمين بالسياحة العلاجية تجمع بين الرغبة في العلاج من  
بعض الأمراض الحادة والمزمنة ، واستعادة الصحة بصفة عامة ، وتجديد حيوية  
الجسم .

## ٢. السياحة الوقائية المنظمة

تمارس أنشطة هذه السياحة داخل مصحات الاستشفاء ، وتضم اغلب  
الأنشطة المتعلقة بالسياحة الوقائية الحرة ولكنها تمارس داخل المصحات وتحت  
الإشراف الطبي المتخصص المنتظم وهي تشمل جميع الأنشطة التي تتحقق  
للإنسان الصحة الجسدية والنفسية والفكرية بصفة عامة من خلال ما تحققه هذه  
الأنشطة للمنظمة من تجديد لحيوية الجسم واستعادة الصحة من خلال ممارسة  
التغذية المنظمة والرياضة العلاجية والترفيه والثقافة وبذلك فإن اغلب روادها من  
القاتمين بسياحة الإجازات .

كما تعتبر أنشطة السياحة الوقائية المنظمة تكميلية يمارسها المرضى من  
الرواد أثناء النقاهة وبعد الشفاء حيث ينصح الأطباء المرضى بالبقاء ولمدة تقل عن  
شهر بعد الشفاء يمارس المرضى الرياضة والترفيه والاشتراك في البرامج  
السياحية لزيارة المعالم الثقافية الموجودة في البلد أو الوطن المضيف .

## تقسيمات السياحة من المنظور الصحي

- ◀ سيلاحة وقتية حرة .
- ◀ سيلاحة استشفائية .
- ◀ سيلاحة وقتية منظمة .
- ◀ سيلاحة علاجية .

## تصنيف رواد السياحة العلاجية الطبيعية

أوضحت الدراسات العلمية تصنيفا لرواد مصحات الاستشفاء من الأجانب والمواطنين كما يلي :

١. رواد يقيمون بالمستشفى الموجودة بالمصحة وهم الذين يحتاجون اتصال مباشر مع الأطباء مع احتياجاتهم الشديدة لكل المعدات الموجودة داخل المستشفى (لحالات المرضية الحادة) .
٢. رواد يحتاجون جزء من العلاج داخل المستشفى وجزء خارجه في البيئة الطبيعية من خلال برامج طبية معدة ومخططة لهذا الغرض .
٣. رواد يحتاجون لعناية طبية لحالات محددة لمدد طويلة في العلاج الطبيعي مع الرعاية الطبية كمترددين غير مقيمين .
٤. رواد يترددون لأخذ نصائح وإرشادات طبية بين الحين والآخر لبعض الأمراض .
٥. رواد يترددون لمدد بسيطة الاتصال بالجوء لأخذ التعليمات اللازمة لكيفية قضاء أوقات الفراغ وسط الطبيعة ، والاستفادة الصحية من الهواء الطلق ، وحمامات الشمس والاسترخاء وتنقية الهواء التنفسي .

## المنتجات العلاجية وتاريخ تطورها

عبارة عن أماكن ذات طبيعة خاصة من حيث المناخ وغيرها من المقومات العلاجية التي تساعد في علاج كثير من الأمراض بواسطة الطبيعة والبيئة بالإضافة إلى أنها أماكن ذات طبيعة بها منشآت طبية .



عرفت السباحة العلاجية منذ القدم وعرف الإنسان بالخبرة أن هناك بعض الأمراض مثل (الروماتيزم - أمراض الجهاز التنفسي - الأمراض الجلدية - وغيرها) تشفى بالانتقال إلى أماكن معينة ذات طبيعة خلصة من حيث المناخ ثم اكتشف بالنتيجة الخواص العلاجية للمياه المعدنية .

لما في عصر الرومان وقد تفلان الرومان في بناء الحمامات العلاجية وأقاموا بها الحدائق والتمائم الجميلة وصالات الترفيه ، وفي عصر النهضة أصبحت السباحة إلى المدن العلاجية في أوروبا نوع من الترف يختص به الأغنياء وقد ضمت هذه المدن السياحية قاصدا على الأغنياء فقط ولكن دخل في هذا النطاق الطبقة المتوسطة بسبب ارتفاع مستوى المعيشة وانتشار التأمين الصحي مما أدى إلى ازدهار هذا النوع من السباحة ازدهارا كبيرا ، وفي العصر الحديث اهتمت الدول الأوروبية بهذا النوع من السباحة ودخلت مبدئة الولايات المتحدة الأمريكية واليابان مما أدى إلى ازدهار هذا النوع من السباحة .

ومن أشهر الدول في هذا المجال في أوروبا الشرقية بولندا حيث اجرت في الستينات مسحا جيولوجيا كبيرا وشاملا وقلمت بخفر عيون عديدة وجديدة وقلمت فنادق جديدة وحدائق جميلة وأمكن للتساقية والترفيه من أجل هذا الغرض .

من أشهر الدول في أوروبا الغربية أيضا إيطاليا حيث أنها برزت في هذا المجال حيث أنها توسعت في إقامة المدن العلاجية (حوالي ٤٠ مدينة بها حمامات مياه معدنية) بخلاف المدن التي تستغل المناخ ومياه البحر في العلاج السباحي وكل ذلك يحقق دخلا سباحيا كبيرا .

### خواص مدن السباحة العلاجية

ونجد أن المدن العلاجية قد تضم مياه معدنية للشرب والاستحمام أو تجمع بين المياه المعدنية والجو العلاجي مثل الناف في الرمال - الطمي الطبي - أو قد توجد بها كهوف ذات أبخرة غازية . ويجب عند تنظيم وتخطيط تلك المدن أن يكون التخطيط يتناسب مع الغرض التي أنشئت من أجله المدينة وهو العلاج

والاستجمام والاسترخاء حيث توجد الأماكن التي تساعد على ذلك مثل مركز علاج للفحص ، حدائق وملاعب لمزاولة الألعاب المختلفة ، وقوارب صيد ، فنادق ذات المستوى الرفيع ، رجال ذوي مهارة عالية لإدارة تلك المدن ، وجود البحيرات والنافورات العديدة من أجل التسلية والترفيه .

ويجب اختيار الأماكن ذات الطبيعة الهادئة والمفتوحة مثل الأماكن الموجودة على شواطئ البحار وعلى قمم الجبال حتى تبعث الراحة النفسية لأنه كلما زادت الراحة النفسية كلما قل المرض .

وقد تطورت المدن العلاجية في الوقت الحاضر فأصبح بها مراكز البحوث الطبية ودراسات لخواص المياه وتأثيرها والمناخ الطبيعي كوسائل للعلاج وأصبحت هناك مدن متخصصة في الطبيعي منها ما يعالج الأمراض الجلدية وأخرى لأمراض الجهاز التنفسي الخ ...

والسائح العلاجي إما أن يكون مريضاً أو نقياً أو في صحة تامة طلباً للراحة والاستجمام مع وجود بعض الرعاية الطبية وإجراء بعض الفحوص ولذا نجد أن هذا السائح يتميز بطول إقامته والتي تتراوح بين (أسبوعين إلى أربعة أسابيع) مما يتطلب منه الإتفاق ، لذلك نجد معدل إنفاق السائح العلاجي يساوي عشرة أمثال السائح العادي مما يحقق إيرادات سياحية عالية ، وبالتالي يجب الاهتمام بهذه النوعية من السياحة لتحقيق إيرادات عالية ، وبالتالي يجب الاهتمام بهذه النوعية من السياحة لتحقيق إيرادات عالية ، مع ضرورة الاهتمام بالخدمات المقدمة داخل هذه المدن بالمستوى الذي يليق بهؤلاء السياح الذين يمتازون بالمستوى الرفيع من حيث الناحية الاجتماعية والاقتصادية ونوفر لهم سبل المواصلات المختلفة حتى يتحقق الهدف من إنشاءها .

وقد نجد أن مدن المياه المعدنية لا تعتمد على السائح العلاجي فقط كمصدر للدخل ولكن هناك شركات تقوم بأنشطة أخرى مثل تعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخلياً وخارجياً (كمياه فيش وفينيل) وتصدير مياه الأملاح المعدنية والأعشاب الطبية .

## اماكن ومقومات السياحة العلاجية في مصر

من بين الاتجاهات العامة للمعاصرة التي غيرت من هيكل السياحة العالمية وجددت من اهتمامات السائحين ورغبتهم في الإقبال على الطبيعة والاستمتاع بعناصرها من مياه معدنية وكبريتية لمعالجة أمراض العصر عضوية كانت لم نفسية فقد عجل الإصابة بالأمراض العصبية والنفسية وأصبح من الضروري توفير أفضل الوسائل للحفاظ على صحة الإنسان وارتقاع معنوياته ، وبدأت الهيئات الدولية المعنية بالسياحة بالاهتمام بما يعرف بالسياحة العلاجية الطبيعية واستغلال الإمكانيات المتوفرة لبعض الدول في تحقيق ذلك ، وأصبحنا نسمع عن مدن متخصصة في المياه المعدنية ذات الشهرة الواسعة في العلاج مثل فيش في فرنسا وكارلو فيغارو بتشيكوسلوفاكيا وإبانو ومونتجيزو بإيطاليا وبادن بألمانيا وبادن برون بالنمسا ، وكلها تمثل مراكز علاج واستشفاء متكاملة تقدم العلاج لروادها على مدى العام وقد أنشئت جمعيات واتحادات متخصصة لمؤسسات العلاج بالمياه المعدنية .. كما أن هناك اتجاه جديد للعلاج الجاف حث يخضع جو بعض المدن لمواصفات محددة تعرف بلجو العلاجي وهو الذي يحقق التوازن الحراري لجسم الإنسان ويكسبه الشعور بالراحة نتيجة جفافه واستقراره ويحده عن التقلبات .

وتعتبر مصر من أغنى البيئات بمواردها من العناصر ذات القيم العلاجية التي تجتذب المرضى والناheim من كافة دول العالم ، ورغم ذلك فإنه لا توجد مشروعات متكاملة للسياحة العلاجية تستغل فيها البيئة الطبيعية في العلاج بالأسلوب المتعارف عليه في مصحات الاستشفاء العالمية ، وهذا في حد ذاته يشكل عقبة تجاه تنشيط السياحة العلاجية لمصر وتطويرها بما يتناسب والاتجاه العالمي الحديث ، فأغلب مشروعات السياحة العلاجية في مصر خدمات قليلة وجزئية يقوم بها أفراد وليست مشروعات متكاملة تكفي لقيام السياحة العلاجية في إطار من التخطيط العلمي .

وتتمثل الموارد الطبيعية للسياحة العلاجية في مصر في توافر الجو الدافئ

المعتدل ، المستقر في أماكن عديدة من ج . م . ع إلى جانب وجود العديد من عيون وينابيع المياه المعدنية ذات العناصر العلاجية المتميزة .  
وتتواجد المناطق التي يتوفر بها المياه المعدنية والجو الدافئ شتاء في ..

- < شرق نهر النيل : حلوان - العين السخنة - الخرقة ، وفي مناطق أخرى .
- < غرب نهر النيل : الفيوم والواحات ، وفي مناطق أخرى .
- < جنوب الصعيد : أسوان .

وهناك العيون المعدنية الموجودة وسط سيناء ، شرق خليج السويس ،  
غرب خليج العقبة .

وتعتبر من أقدم مناطق العلاج في وادي النيل حيث يرجع تاريخها إلى  
عصر ما قبل الأسرات الأولى ويرجع اسمها إلى (هل ليون) أي مدينة الشمس  
وتتمتاز بمناخها الدافئ وجوها الجاف الذي يلعب دورا هاما في علاج العديد من  
الأمراض حيث تبلغ درجة الرطوبة فيها ما بين ٤٩%-٥٦% بينما تتجاوز في  
أوروبا ٨٠% .

وتتوفر بها العيون الكبريتية والمعدنية الحارة حيث يوجد في حلوان ٧  
عيون تحت الأرض واثنان فوق الأرض تصب كلها في العين الرئيسية كما توجد  
عينان على مسافة ١٠٠ متر من العين الرئيسية وعلى مسافة كيلو مترين توجد  
عين معدنية للشرب .

وقد انشئ حول العيون الكبريتية والمعدنية بحلوان حمام عريسي الطراز  
الحق به التجهيزات الطبية اللازمة لعلاج بعض الأمراض مثل الكلى ، الروماتيزم  
، النقرس ، الجهاز التنفسي ، وكثير من الأمراض الجلدية وهي أهم الأمراض التي  
يتم علاجها في هذه المنطقة حيث تكلف عين حلوان الكبريتية ٨٠٠٠ متر مكعب من  
المياه في كل ساعة ودرجة حرارتها ثابتة على ٢٩ درجة مئوية ، وتبلغ نسبة  
الكبريت بها ٢٧ ميللجرام في كل لتر ومتوسط درجة حرارة الجو في حلوان ٢٠  
درجة مئوية ، في أثناء الشتاء كما تبلغ متوسط درجة الرطوبة ٥٤% .

وقد أوضحت نتائج الدراسات المقارنة لخصائصها العلاجية مع مياه بعض المراكز الشهيرة في أوروبا وخاصة فرنسا وإيطاليا أن مياه طحوان تطابق في موصفاتها القيم العلاجية لمياه شاتيل ومياه فيشي الشهيرة بنشاطها وتنكرب أملاحها المعدنية مع نسبة ملقا الكالسيوم الموجودة في مياه بلدة كونوتسفيل ، كما تفوقت على مياه مونت كليني في احتوائها على كلوريد الماغنسيوم ، وتساوت مع عيون فيشي الإيطالية في نسبة لحتوائها على كلوريد الصوديوم .

وتعتبر منطقة طحوان مدينة عريقة في الاستشفاء منذ قدام المصريين وخلال عهد الرومان ثم العرب وقد ظلت منذ عهد محمد علي باشا عام ١٨٢٠ وحتى عام ١٩٥٥ مشفى عالميا ومصحة شهيرة ، توفر القيم العلاجية الهوائية والمائية لوجود المركز العلاجي الطبي بالإضافة إلى الطبيعة الهادئة والحدائق الكبيرة ، ولكن طحوان فقدت في الخمسين سنة الأخيرة الكثير من أهميتها وشهرتها في المجال السياحي بعد أن تحولت إلى مدينة صناعية ضخمة للأسمنت فلم تعد تتمتع بالهواء النقي وفقدت الكثير من شهرتها كمدينة علاجية سياحية عالمية .

وكما فقدت مصر منطقة سياحة علاجية لها قيمتها ووزنها من أقدم العصور وهي منطقة طحوان ، فقدت الإسكندرية أيضا منطقة كانت واعدة للسياحة العلاجية - منطقة كينج مريوط من المناطق الجافة نظرا لوجود السلال الجيرية التي تمتص الرطوبة من الجو - وكان كثير من الأطباء وخاصة أطباء الصدر والحساسية ينصحون مرضاهم بالتوجه إلى هذه المنطقة للاستشفاء من الحساسية الصدرية ولذلك أنشئ هناك فندق كان يتردد عليه من يعاني من حساسية صدرية والدرجة التي وصفتها منظمة الصحة العالمية أن منطقة كينج مريوط منطقة جافة لمدة اثني عشر شهرا في السنة وكما حدث في طحوان حدث في كينج مريوط فانبعاث الغازات البترولية التي غزت المنطقة انتفختها الميزة أو المنحة الإلهية التي حبى الله بها هذه المنطقة والصد الإنسان ما منحه الطبيعة له .

ولعل فيما حدث بالنسبة لعيون طحوان ومنطقة كينج مريوط يؤكد عمق العلاقة بين البيئة السياحية ووجوب حماية تلك البيئة والثروات السياحية من التدهور .

## عين الصيرة ..

من المناطق للعلاجية التي اشتهرت منذ قدم الزمان بحيون المياه المعدنية وحماماتها الطبيعية التي تستخدم في علاج الكثير من الأمراض وتستغل حمامات حلوان الكبريتية للطمي الموجودة في بركة عين الصيرة للحمامات الطبيعية العلاجية لاحتوائه على كربونات الكالسيوم - أكسيد الامونيوم - الحديد - الفلوريد - الفوسفات - الكبريت ، ومن خلالها يتم علاج الروماتيزم والأمراض الجلدية من خلال هذه العناصر بالإضافة إلى علاج مرض الصدفية الجلدية وترجع الفائدة العلاجية لمياه البحر ومزاياها الشافية والشمس الدافئة على مدار العام وإلى درجة الحرارة المناسبة .

لذلك يمكن استغلالها عن طريق عمل منتج علاجي طبيعي يضم ملاعب للاسكواش والجولف وكافيتيريا ومطاعم على مستوى عالمي ، كما يلزم وجود مركز طبي متخصص لعلاج مرض الصدفية وكذلك متخصصين في تقديم الغذاء الطبي مع ضرورة عمل حصر للمناطق التي ينتشر فيها مرض الصدفية على مستوى العالم ومعرفة أعمار المرضى ومستوى دخلهم ومستواهم التعليمي لاسل الدعاية المناسبة وتوفير احتياجاتهم من هذا المنتج ، كما يلزم توفير وسائل المواصلات المباشرة لهذا المنتج بغرض تحقيقه والراحة لهؤلاء المرضى مما يحقق دخل كبير لان معدل إنفاق السائح العلاجي الطبيعي يساوي ١٠ اضعاف إنفاق السائح العادي ، كذلك متوسط إقامة السائح العلاجي أكثر بكثير من متوسط إقامة السائح العادي حيث قد تصل إقامة السائح العلاجي في بعض الأحيان إلى سنة أو أكثر .

## الفيوم

بها بحيرة قارون التي تغطي مساحة ٢٣٠ كم مربع وتتميز باحتوائها على نسبة عالية من أملاح الكبريت التي يمكن استغلالها في العلاج الطبيعي .

ويجمع المستثمرون إنشاء قرية سياحية على الساحل الجنوبي بالمنطقة السادسة للبحيرة على مساحة ٢٦٠ فدانا تضم فندق سيلحي به ١٥٠ غرفة / مركز

ترفيهي / منطقة شاليهات / مركز استشفاء / مركز للرياضات المائية / نادي للجولف وذلك باستثمارات قدرها ٩ ملايين جنيه بتعاون مصري سعودي .

## الواحات ..

توجد في الواحات البحرية ينابيع المياه الدافئة العذبة والكبريتية ، الباردة والساخنة والدافئة والتي تشفي حالات الروماتيزم والأمراض الجلدية ، ويمكن استغلال عيون تلك المياه الكبريتية الساخنة في إقامة بعض المنتجعات السياحية حولها للاستفادة من مياه تلك الحيون العلاجية واستغلال للجمال الطبيعي للواحات مثل الروابي والوديان في إقامة أمكن الإيواء السياحية ذات الطابع الترفيهي .

## واحة سيوة ..

منطقة سيوة ذات قيمة علاجية كبيرة ، ورغم ذلك فإنه لا توجد مشروعات متكاملة للسياحة بها ، ومن أهم المقومات السياحة العلاجية في سيوة (المياه المعدنية الساخنة ، والباردة ، والرمال) في منطقة جبل الذكور والتي تساعد على الشفاء من أمراض (روماتيزم المفاصل ، وبعض الأمراض الأخرى) ويعمل القائمون على العلاج بهذه الوسيلة بحفر موضع في الرمال يبقى فيها المرضى حتى منتصف أجسامهم لمدة معينة .

إذاً فالطبيعة كانت ومزالت وستظل صاحبة الدور الأول في الجذب السياحي وخلاصة القول أن المناظر الطبيعية الجذابة من أهم منطلقات أو ركائز للتنشيط السياحي - فمناظر الجبال الخلابة والمناظر السلحلية ومناطق البحيرات لها سحرها القوي كما أن الكثير من الوديان والأودية التي تتكاثر بها الأشجار والخضرة الجميلة والغابات ومساقط المياه والجبال والكهوف هي مصادر عظيمة للاستمتاع عند كثير من السياح وفي سواحل البحر الأحمر يتميز المسطح المائي بأنه يزخر بالشعاب المرجانية التي تحقق له الصاية والجمال وتنتشر الصخور بأشكالها وألوانها حيث يسعى إليها السياح المغرمين بالرياضات الغطس وتبدو مياه البحر الأحمر صالحة باستمرار وتضيف الأحياء المائية المتنوعة في الشكل وفي اللون جمالا إلى جمالها - وإذا أضفنا إلى ذلك تباين الأعماق فإن ذلك يشجع على

ممارسة الصيد للأسماك والغطس والتصوير تحت الماء والتجديف وسباق الزوارق  
والبحوث .

وخلاصة القول أيضا بالنسبة للطقس الجميل المتميز بدفئه وشمسه  
الساطعة أو الهواء لطيف في أيام القيظ والحر الشديد في بعض الأماكن فإن  
الشواطئ والبحيرات تضيف على الإجازات الترويحية بهجة وإذا فإن أعدادا كبيرة  
من الأوروبيين ومن الدول الاسكندنافية يستهويهم دول البحر المتوسط ولا يجذبهم  
شيء مثل ما يوعدون به من التمتع بشمس ساطعة على مدى أيام عديدة ودول مثل  
اسبانيا وإيطاليا واليونان وأوروبا ولايات مثل كاليفورنيا وفلوريدا في الولايات  
المتحدة ومصر ولبنان والمغرب وتونس في الشرق الأوسط في استطاعة هذه  
الدول ضمان طقس جميل في الصيف والشتاء - وإذا صارت من المناطق السياحية  
الهامة وهناك مناطق المناخ الشتوي الجذاب مثل فلوريدا في الولايات المتحدة  
وجزر بهاما في جزر الهند الغربية - ومناطق أخرى كثيرة بسبب مناخها المنعش  
اللطيف وصارت مناطق لها إمكانياتها السياحية والسياح يجمعون على مدح جمالها  
ألوانها وأشكالها مثل سواحل البحر الأحمر وبعض مناطق سيناء الجنوبية وهي  
في الصيف كما في الشتاء أنها أماكن مثلى لقضاء الإجازات ولا بد أن تكون هناك  
عوامل جذب إضافية لوفرة الشمس كأماكن الإيواء والخدمات والنقل والمطاعم ..  
الخ . وسيتأتي الحديث عنها فيما بعد .

وإذا فحديثنا السابق استهدف توضيح أحد أهم الأركان أو الركائز أو  
المنطلقات لتنشيط السياحة للمكان سواء كان إقليم معين أو مدينة أو حتى منتجع  
ولكن وانطلاقا من ربط هذه الركائز بالنشاط السياحي يثور التساؤل كيف يمكن  
للقائمين على التنشيط الاستفادة من هذه الركائز التي قد توجد في أقاليمهم لنفع  
السياحة إليها.

وانطلاقا من ربط هذه الركائز بالتنشيط السياحي يجب أن يتم توصيف  
الطبيعة توصيفا دقيقا وأن يكون الإعلام عن الطبيعة أو حتى الإعلان عن المناخ  
وجمال الطبيعة إعلاما وإعلانا حقيقيا فهذا لا مجال للمبالغة أو التهويل .



وهنا يثور تساؤل كيف يمكن للقائمين على عملية التنشيط الاستفادة من هذه الركيزة الهامة - الإيجابية في نظرنا أن هذه الركيزة أو هذا الركن للهام والمنطلق الأساسي لمعظم الكلفة ، فالكل يعلم أن الجو أو جمال الطبيعة متوافر في مناطق معينة وفي دول معينة ولكن جذب السياح إلى هذه الأماكن يستلزم فكرا غير تقليدي فعلى سبيل المثال تتمتع الإسكندرية بجو صيفي وريفي رائع لوقوعها على شاطئ البحر المتوسط ومعروف أيضا أن فترة الشتاء في هذه المدينة الساحرة تتلوب عليها بعض اللوات محدة الأيلم ومعروفة التواريخ ولكن هذه النوات لا تمنع للشمس من السطوع ولا تقل درجات الحرارة في لوج موسم الشتاء عن اثنى عشر درجة مئوية مع سطوع الشمس في حين أن بعض الدول الأوروبية وخاصة الدول الاسكندنافية تصل درجات الحرارة إلى أقل من عشرون درجة مئوية تحت الصفر - وقد نقل عن ذلك - ومن هنا فقد كان هناك فكر غير تقليدي يسادي بأن يتجه المسوقون السياحيون وأصحاب الفنادق إلى هذه الدول والتقدم بفكرة أن من يحضر إلى الإسكندرية ولا يشاهد سطوع الشمس في أي من أيام الشتاء بدءا من شهر أكتوبر وحتى نهاية شهر مارس فهو ضيف لا يدفع مقابل إقامته بالفندق فقط وإن يكون تقدير سطوع الشمس من عنده رجعا إلى الضيف نفسه - وأيضا فكرة حضور مواطنو هذه البلاد وخاصة كبار السن إلى الإسكندرية وأن يدفعوا في إقامتهم ما يوازي قيمة استهلاك الكهرباء وتكلفة التكلفة التي يدفعونها في بلادهم .

وقد تبني لحد الفنادق هذه الفكرة ولكن لعدم إمكانية الحصول على معلومات كافية عن قيمة استهلاك الكهرباء والتكلفة وعدم وصول المعلومات الكاملة أو التعاون مع الشركات السياحية بهذه البلاد أدى إلى عدم تطبيقها أي تطبيق هذه الأفكار غير التقليدية - والأمر متروك لتقديم الأفكار الرائدة ودراستها دراسة واقية وإن تتبنى هيئة أو شركة أو مؤسسة سياحية هذه الأفكار وتعمل على تنفيذها وتنفيذها لاستغلال الطاقات الفندقية الخالصة في بعض شهور الشتاء - وكذلك يمكن استغلال الفنادق والفيلات المشيدة على طول الساحل الشمالي بصورة جيدة واستغلال جمال الطبيعة وحسن المناخ الاستغلال الأمثل لتنشيط الحركة السياحية في فترات الشتاء .

وهذا ما نلذينا به في منتصف الثمانينات آمين أن يؤخذ به وقد ورد في  
العامود اليومي خط لحمر الذي يكتبه الصحفي الأستاذ سليمان جودة تحت عنوان  
بيعوا للشمس بجريدة المصري اليوم الصادرة في ٢٠٠٧/٤/٣ وجاء بالعامود :

سمعت من الدكتور عبد القادر حاتم ، وزير الثقافة والإعلام والسياحة ،  
في عهد عبد الناصر ، ونائب رئيس الوزراء في أيام السادات ، وتحديدًا أثناء  
حرب أكتوبر ، ثم للمشرف على المجالس القومية المتخصصة التابعة لرئاسة  
الجمهورية في عهد مبارك أنه جلس يوما مع وزير الاقتصاد الألماني الشهير  
"إيرهارد" وسأله عن رؤيته لإصلاح أحوال مصر ، اقتصاديا ، فما كان من  
إيرهارد ، الذي يعتبره كثيرون عبقرية اقتصادية إلا أن رد دون تفكير وقال :  
بيعوا الشمس !!

ولم يفهم الدكتور حاتم حقيقة المعنى الذي أراده الاقتصادي الألماني أو  
ربما فهم المقصود وأراد المزيد من الإيضاح فعاد يسأله : كيف نبيعها ؟ وما العائد  
من وراء هذا البيع ؟

وكان إيرهارد جاهزا بالرد ، فقال : انتم بلد تشرق عليه شمس دافئة اغلب  
شهور السنة وهي شمس ليست موجودة في اغلب دول المنطقة ، ولا هي موجودة  
إطلاقا في أوروبا كلها التي يعاني عدد كبير من أبنائها من أمراض الروماتيزم  
والروماتويد وغيرهما بسبب البرد ويفتشون في أي مكان عن شمس للعلاج  
ومستحون لدفع أي مبالغ نظير العثور على دفء من نوعية الدفء الذي تنشره  
شمس مصر في أرجائها ، واستطرد إيرهارد وهو يزيد فكرته وضوحا في عشاء  
الدكتور حاتم فقال : ومن شأن الذين يريدون علاجاً لأمراضهم بشمس القاهرة أن  
يمكثوا فترة طويلة في مصر وشواطئها وأن يدفعوا أكثر كلما طالت الفترة لأنهم  
ليسوا سياحا عاديين وليسوا سياحا عابرين يتفرجون على الأهرام والأقصر وأسوان  
في يوم أو يومين ، ثم لا يعودون مرة أخرى لكن المهم في تقدير الخواجة إيرهارد  
أن تكون شواطئنا جاهزة لاستقبال وجذب هذا الصنف من السياح وأن تكون عقولنا  
قبل شواطئنا قادرة على تسويق شمسنا في العالم !

سأله الدكتور حاتم : كيف يمكن تسويق الشمس ؟

قال : من نلحيتي اعرف رئيس مجلس إدارة أكبر محال للسوبر ماركت في ألمانيا وسوف أحاول إقناعه بمنح تذكرة مجانية إلى مصر لكل من يشتري من علده بضاعة بمبلغ معين من المال أما من نلحيتكم فما يمكن فعله كثير من أول استغلال شواطئ مصر على البحرين الأبيض والأحمر ، مروراً بتشنول رحلات الطيران للشارتر ، ولتتهاء بنشر ثقافة السياحة بين الناس .

يقول الدكتور حاتم وهو يروي لي الحكاية انه اخذ الخولجة إيرهارد في زيارة إلى الغردقة وكانت وقتها لا تزال صحراء فتهموه وقتها بالجنون ويروى أيضاً انه دخل في معركة مع مصر للطيران بسبب إصراره على تسيير رحلات للشارتر على غير رغبة منها وإن السليحة إذا كانت قد حققت لنا دخلاً وصل إلى ٧,٦ مليار دولار في عام ٢٠٠٦ بزيادة مليار دولار عن ٢٠٠٥ حسب أرقام الوزير زهير جرقا ، فمن السهل أن تضرب هذا الرقم في أربعة أو خمسة أو حتى عشرة بشرط وحيد وسهل في الوقت نفسه هو أن نعرف كيف نبيع الشمس !

فهل تستطيع الدولة ولا أقول وزارة السياحة وحدها فالسياحة شأن قومي وليست شأنًا لوزارة بعينها أن تشتغل على هذه الفكرة من الآن لحساب مائة عام قادمة ؟ وهل يجلس الذين بهمهم أمر السياحة في مصر مع الدكتور حاتم ليأخذوا منه أفكاراً تتحول إلى أموال في الخزنة العامة ثم تعود على الناس ؟

### الركيزة الثانية : الوعي السياحي ..

ثاني ركائز أو منطلقات التشييط السياحي - وقد يختلف معنا البعض بأن هذه الركيزة تعد الركيزة الأولى ونحن لا نجادل في ذلك ولا في أهمية هذه الركيزة ولا في ضرورة توافر الوعي السياحي لكي تكون الأرض مهيأة لتفعيل رلد من أهم رواد مصادر الدخل القومي سواء كان ذلك في مصر أو في أي بلد آخر وإن كانت مصر احوج من غيرها من الدول لزيادة الوعي السياحي والذي نستطيع معه أن نقرر أن خلق جو مواتي وأكثر ترحاباً لاستقبال السائحين سوف يحسن الصورة

السياحية بوجه عام والتي تؤدي بدورها إلى تفعيل عناصر النهضة السياحية الشاملة وقد عرف أساتذة العلوم السياحية الوعي السياحي بأنه توافر ذلك القدر من المعلومات والخبرات والمعارف التي تجعل الفرد يشارك مشاركة إيجابية في عملية التنمية السياحية والتي تجعله يستفيد من الآثار الإيجابية للسياحة وتجذب الآثار السلبية لها حيث يعمل الوعي على إمداد الفرد بالمعلومات والخبرات والمهارات والمعارف ويحدد الواجبات الأخلاقية والسلوكية وينهي عن السلبيات والأخطاء للشائعة ، وهذا للتعريف ينطوي على عناصر أساسية هي أولا الفرد وثانيا المشاركة وثالثا ذلك القدر اللازم من الخبرات والمعارف والسلوكيات .

١. الفرد هو العنصر الأساسي في الوعي السياحي سواء كان ذلك الفرد يعمل في القطاع السياحي أو في أي قطاع آخر مرتبط بالسياحة أو حتى المواطن الذي لا صلة له بالعمل السياحي وبذلك نستطيع أن نستخلص أن الوعي السياحي هو أحد فروع الوعي الاجتماعي فالنشاط السياحي مرتبط بكل المواقع المحيطة بالإنسان وبالمكان وبالطبيعة وبالتالي بالمجتمع فتتمة الوعي الاجتماعي وهو المرتبط بسلوك أفراد المجتمع ينعكس بالإيجاب على الوعي السياحي المرتبط بالتنمية السياحية وبالتالي على الصورة السياحية لهذا المجتمع ونجاح أي دولة سياحيا لا يتوقف فقط على ما تملكه من مقومات سياحية أو تتميز به من تراث تاريخي ولكن يتوقف بالدرجة الأولى على سلوك أفراد المجتمع وعلى وجه الخصوص العاملون في المجال السياحي ذلك السلوك الذي يؤدي إلى رضا السائح - هذا الرضاء الذي يأتي من تقديم أفضل الخدمات وإشباع الرغبات المشروعة في الاستمتاع بالمقومات السياحية - وعلى ذلك فإن الوعي السياحي ليس مسئولية العاملين في القطاع السياحي فقط لكن هي مسئولية أفراد المجتمع ككل بصفة عامة والعاملين في القطاع السياحي بصفة خاصة .

٢. المشاركة تعني أن السياحة ليس مسئولية جهة ما أو وزارة أو هيئة بعينها بل مسئولية كل أفراد المجتمع بصور مختلفة سواء كانوا مواطنين عاديين ولا اتصال لهم بالعمل السياحي أو علميين في القطاع لتتضافر جهود الجميع

لتحقيق هدف واحد هو رفع المستوى فيما يتعلق بالوعي السياحي لخلق مجتمع جانب السياحة وليس طاردا لها . ويحدد أساساً الاجتماع معنى المشاركة على أنها تطوع نابع من الرغبة دون انتظار العائد المجزي من مشروعات المجتمع التي تنفق أهدافها وقيمة المجتمع ومعاييرها من خلال منظمات عامة أو تطوعية - ولو طبقنا مبدأ المشاركة هذا على ما نتحدث عنه من أهمية الوعي السياحي لتأكد لنا أن وعينا بأهمية السياحة يقترب كثيراً من حق تقرير مصيرنا السياحي فهل ننجح أن نكون دولة سياحية لها شأنها يوماً من خلال الوعي السياحي ؟

٣. المهارات والخبرات والمعلومات والمعارف - ولا يقصد بكل ذلك تلك المكتسبة للعاملين في القطاع السياحي فقط ولكن أيضاً يمكن أن تمتد هذه الخبرات والمعارف والمعلومات إلى المؤسسات التعليمية بكافة مراحلها ووسائل الإعلام المختلفة وكذا الأجهزة المرتبطة عملها بالسياحة - كالجوازات - المرور - الجمارك - المرشدون السياحيون والعاملون في مجال السلع السياحية والتذكاريات والعاملون في المواقع الأثرية والسياحية المختلفة . وبالإضافة إلى تعريف الوعي الذي سبق ذكره فعلينا أن نؤكد أيضاً أن الوعي حالة فكرية وأداء متميز لما تعنيه هذه الحالة الفكرية - والوعي الجيد هو الذي يؤدي بالإنسان إلى سلوك راقى متحضر في أي تعامل مع الآخرين سواء كانوا سياحاً أو أي فئة يتم التعامل معها - فإذا كانت هذه الحالة الفكرية قائمة فالمطلوب هو ترسيخ عادات وتقاليد ومعتقدات جديدة تصل بنا أو بالمتعاملين إلى حالة أكثر رقياً في التعامل مع المعطيات الموجودة والقائمة بالمجتمع المطلوب رفع قيمة الوعي السياحي به - وهذا يجزنا إلى ما يسمى بالوعي الواعي وهذا التعبير ليس سجعاً لغوياً أو جناساً لفظياً أو حتى عنواناً جانبياً للأفكار أو أسلوبياً لتوجيه الاهتمام بموضوع الوعي - ولكننا أردنا أن نوضح من هم المقصودون بأن يكون لديهم هذا الوعي الواعي - أنهم هؤلاء الذين يقومون بعملية التوعية للآخرين فلا بد لهم أن يكونوا واعين لما يفعلون وما يقومون وما يقولون حتى يكون المتلقون مستعدون وعن اقتناع باتباع ما يلقي

عليهم وما يوجه لهم أو يقدم لهم من معلومات وأنماط وأساليب - وأن تكون تلك المعلومات وهذه الأساليب نتيجة أبحاث جادة وخبرة علمية وعملية وأن يرسخ في الأذهان وخالصة لذهان من يقومون بعملية التوعية أن تغييرا ملموسا نحو الأفضل سيحدث .

في مؤلف اقتصاديات صناعة السياحة أوردت الدكتورة دلال عبد الهادي أن تقييم نتائج حركة النشاط السياحي خلال فترة معينة لابد وأن يكون في ضوء إستراتيجية للتنمية السياحية - ونحن نستعير هذا الفكر لاستحداث إستراتيجية لنشر الوعي السياحي وإستراتيجية للتنشيط السياحي وذلك بالتوازي والتقابل مع الإستراتيجية التنموية لكل جانب من جوانب التنمية السياحية كاستراتيجيات التسويق السياحي والتسهيلات السياحية والتنظيم السياحي وأن تتلائم إستراتيجية الوعي السياحي مع إستراتيجية للتدريب والتعليم وحماية البيئة إلى آخر المعطيات التي تؤدي إلى تحسين الصورة السياحية .

## مراحل التوعية السياحية ..

### المرحلة الأولى .....

مرحلة المسح الشامل أو الجرد الولفي للنشاط السياحي في كافة القطاعات بالدولة والاستعانة بالدراسات الاجتماعية والاقتصادية والتخطيط العمراني لوضع أولويات البدء في عمل مخطط ومنظم وتهتم هذه المرحلة بالبحوث والدراسات السابقة والتنمية وتخطيط المنتج السياحي وهذا ما دفعنا إلى القول سابقا بضرورة ربط التنشيط السياحي بالعلوم والدراسات الاجتماعية والاقتصادية والتاريخية .. الخ .

### المرحلة الثانية .....

الاضطلاع بالدور للتنسيقي لمختلف المجهودات والإمكانات المتواجدة بالقطاعات المختلفة لتعبئة الجهود المشتركة والموارد المتاحة مع تهيئة المناخ الملائم لبدء عملية الوعي السياحي الذي يجب أن يشمل كل القطاعات في آن واحد مع الأخذ في الاعتبار أساليب التقدم العلمي والتكنولوجي لتطوير اتجاهات الأخذ بالوعي السياحي وعدم الوقوف عند حد التقليد واستمرار القديم .

## المرحلة الثالثة...

بدء التنفيذ الفعلي فبعد المصح الشامل والتنسيق بين مختلف القطاعات سيكون هناك رؤية متكاملة لخطوات التنفيذ وأن يتم متابعة وتقييم كل ما تم تنفيذه تقييما سليما لمعرفة ما إذا كان تنفيذ هذه الخطوات مباشر ويستمر العمل على هدى ما يتحقق أو تعديل أو تغيير تفصيلات أو أساليب على ضوء ما يتم على ارض الواقع وهنا لا بد أن نشير انه كان هناك مبادرة من الدولة بصنور قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٧١٤ لسنة ١٩٨٥ أي قبل عشرون عاما باعتبار مرفق السياحة من المرافق ذات الطبيعة الخاصة وكان يمكن لهذه المبادرة أن تكون أساسا ليزوغ فجر الوعي السياحي الشامل - إلا أن الأمور تقلصت إلى بعض تيسيرات جمركية أو تخصيص أراض أو تشجيع الاستثمار في المجال السياحي ولم تقترب هذه المبادرة أو من هم ملوطين بهم تفعلها من موضوع الوعي السياحي الذي مازلنا نؤكد انه ركيزة أساسية للتنمية السياحية والتشيط السياحي - وباعتبار أن السياحة نشاط اجتماعي يقوم على الإنسان ومن أجل الإنسان ومهما تعاضلت التكنولوجيا الحديثة والاستماعة بالكمبيوترات إلا انه لا يمكن الاستهانة بالعنصر البشري الذي يجب أن نوجه له الاهتمام الأكبر - وتفعيل قرار رئيس الوزراء في هذا الاتجاه لأن الوعي السياحي عملية متشعبة الجوانب والأبعاد ويستهدف الوعي السياحي نقل المجتمع ككل من وضع إلى وضع أفضل بالاعتماد على التعاون الفعال وتطوير كل صور التعاون بين الحكومة التي اتخذت مبادرة أن السياحة مرفق ذي طبيعة خاصة - ولأن هذا القرار شديد الأهمية وكان يستهدف بالأمس أن تكون للتنمية السياحية هي المردود الأول لصنور هذا القرار - إلا انه لم يرد في الأذهان المفهوم الحديث للتنمية كما حددته الأمم المتحدة عام ١٩٥٦ حيث نص على أن ((التنمية هي العملية التي يمكن بها توحيد الجهود لكل المواطنين والحكومة لتحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية في المجتمعات المحلية لمساعدتها على الاندماج في حياة الأمة. والمساهمة في تقدمها بأقصى ما يمكن)) وإن يأتي هذا إلا بالوعي والوعي للقائم على التعاون الفعال بين الأجهزة التنفيذية والجهود المشتركة مع المجتمع المدني والجمعيات الأهلية واستثمار الطاقات البشرية قبل الاستثمار في التولحي الاقتصادية .

## أسباب انخفاض الوعي السياحي

هناك أسباب عديدة لانخفاض الوعي السياحي أو نقص هذا الوعي أو عدم الاهتمام بتنمية هذا الوعي - وهذا النقص في الوعي السياحي له مظاهر تكاد تكون ظاهرة للعيان ولا تحتاج من المشاهد سواء كان مطيا أو لجنيا أي فطنة أو حتى تفكير ليعلم أن هذا للمجتمع ينقصه الكثير وإن هناك رتوشا كثيرة تحتاج إليها الصورة السياحية لكي تكون لها ملامح حضارية يمكن أن تكون جاذبة أو على الأقل ليست طاردة . واهم أسباب انخفاض الوعي السياحي كما يراها لاسفندة السياحية وفي إيجاز ما يلي :

١. عدم الاهتمام الكافي من الأسر المصرية بتنمية الوعي السياحي لدى أفرادها  
كان يتحدث الآباء إلى الأبناء عن السياحة والمناطق السياحية والأثرية والطبيعية ليزرعوا في الأبناء رغبة أو حب لاستطلاع للمشاهدة والمعرفة الحقيقية لقيمة ما نملكه وتقديرا لما لدينا من تراث ثري وإمكانات سياحية - وهذا الدور المنوط بالآباء يجب أن يكون عمقه مقاربا لعمق التعليمات والتوجيهات الأسرية للأبناء فيما يتعلق بقواعد الدين والإيمان والأخلاق والثقافة ومختلف التوجيهات الطيبة التي تنمو مع الطفل أو صغار الشباب وتكرر معهم وتعتبر جزءا من سلوكهم في حياتهم المقبلة .

٢. وإذا كان هناك قصور اسري في تنمية الوعي السياحي لدى أبناء الأسرة فإن هناك قصورا بشأنها بل وكبر يتعلق بكل الأسر المصرية وهو قصور الأجهزة الإعلامية في التوعية السياحية فترى أن هم كل البرامج السياحية المختلفة ووسائل الإعلام هو الحديث عن المقومات السياحية والأثرية وما نملكه والإشادة بما لدينا دونما الإشارة إلى أي توجيه للتوعية بما يجب للتوعية له من ضرورة الحفاظ على هذه الآثار وتلك المواقع السياحية وأهمية المحافظة على نظافتها وعدم تلويثها .

٣. ضعف الولاء والانتماء للمجتمع وهذا الأمر يستلزم دراسة علمية نفسية وثقافية لتعميق الولاء وتنمية الانتماء لدى من لم يصلهم هذا المفهوم وأن توضع هذه



المشكلة قيد البحث الميداني ، الوصول إلى نتائج سوف تؤدي بالتأكيد إلى تعميق الولاء والانتماء الذي يؤدي بالضرورة إلى رفع الوعي .

٤ . انخفاض مستوى المعيشة في بعض الأماكن التي يتردد عليها السياح مما يجعل المواطنين يشعرون بفجوة اقتصادية كبيرة بينهم وبين من يشاهدونهم من السياح وتزداد هذه الفجوة عمقا عندما يشاهدون ما يحملونهم من آلات حديثة للتصوير وما يرتدونه ووسائل الانتقال الفاخرة التي يستقلها السياح خاصة في بعض المواقع الأثرية البعيدة عن المناطق العمرانية أو القرية من المحافظات السياحية .

٥ . ضعف الدور الذي تقوم به الأجهزة السياحية المختلفة لنشر الوعي السياحي سواء للمواطنين العاديين أو حتى المرتبط عملهم بالأنشطة السياحية وقد يكون هذا الضعف نتيجة قلة الموازنات المرسودة للقيام بهذا الدور وعدم الاهتمام في المؤسسات التعليمية بالثقافة السياحية العامة وتلك المتمثلة للدارسين في المعاهد السياحية التي انتشرت في الآونة الأخيرة انتشارا كبيرا .

٦ . قصور المؤسسات السياحية وبعض الأجهزة في القيام بدورها في عقد ندوات ودورات تدريبية وتأهيلية للعاملين في المجال السياحي حتى لا يفقد الحاضر البشري المؤثر في هذا المجال الخبرة والكفاءة والقدرة على الأداء المتميز الواعي بقيمة ما للسياحة من اثر في إثراء الحياة السياحية .

وأخيرا فإن الحديث عن الوعي السياحي باعتباره أحد الركائز المهمة للتنشيط السياحي يستغرق صفحات وصفحات بل وكتب ومؤتمرات ومحاضرات ولعل أهمية الموضوع هي التي دعت كاتبة السيلحة والفنادق بجامعة الإسكندرية أن تقيم مؤتمرها العلمي الخامس عن الوعي السياحي ودوره في تحسين الصورة السياحية لمصر على خريطة السيلحة الدولية .. فالوعي السياحي ركيزة أساسية من ركائز النهوض بالسيلحة سواء في مصر أو في أي دولة أخرى تعتقد فكرة أن السيلحة هي الأسلوب الأمثل للنهضة الاقتصادية الشاملة والطريق الممهد للتنمية .

## الركيزة الثالثة : الموروث الحضاري والتاريخي ..

الركيزة الثالثة من ركائز التنشيط السياحي وهي من أهم الركائز . ويقصد بالموروث الحضاري هو الآثار أما الموروث التاريخي فهو الأحداث التاريخية التي مرت ببلد من البلاد وارتباط الموروث الحضاري بالموروث التاريخي ارتباط لا تنقسم عراه فكلهما تعبير عن عبق الماضي وروعة وعطاء هذا الموروث ما زال مستمرا منذ الماضي السحيق وحتى حاضرتنا ومستقبل وقلم ألمانا والأجيال التالية وارتباط هذا الموروث بالتنشيط السياحي مرتبط بأن يقوم المسئولين عن التنشيط السياحي بتسليط الضوء على هذا الموروث فمصر كلها متحف مفتوح وتحتضن فوق أديمها وتحت ترابها وفي قاع بحارها وبحيراتها ثلث آثار العالم وفي قول آخر السندس وأيا ما كان الرقم الثلث أو السندس فمصر أغنى دولة في العالم بما يوجد فيها من آثار وحضارة ونظرة إلى مؤلفات الأستاذ الدكتور عبد الحليم نور الدين عن آثار وحضارة مصر القديمة ومواقع الآثار اليونانية والرومانية وبقي المؤلفات التي تحت العشرات والأبحاث التي تحت المئات وكذا مؤلفات الدكتور أحمد البربري عن عوالم مصر القديمة وتاريخ مصر القديم ومواقعها الأثرية إلى باقي مؤلفات وأبحاث علماء مصر من الأثريين تدلنا على مدى لثراء الأثري لمصر وعلى الكنوز الهائلة التي تركها لنا الأجداد - فصورة مصر السياحية مرتبطة ولمئات السنين السابقة بهذه الآثار بدءا من الأهرام وأبو الهول إلى معابد الأقصر إلى الآثار اليونانية الرومانية ثم للقبطة والعربية وكان السياح يحضرون إلى مصر لمشاهدة الآثار والتمتع بالجو الرائع شتاء أو صيفا - ولكن ومع تطور الحياة تراجعت السياحة الثقافية والأثرية إلى ما يقارب ١٠% من أنواع السياحات المختلفة التي تعددت وكثرت في العقود الأخيرة وإن كان وما زال لهذه الآثار ذات الجرس الجميل في أسماع السياح خاصة الأجانب الذين يأتون إلى مصر في سياحات مستجدة كسياحة المؤتمرات أو السياحة العلاجية أو الرياضية أو أي نوع آخر - فلئنا نؤكد أن ضمن برنامج زيارتهم أو سياحتهم لابد وأن تشمل زيارة لثر أو معبد أو كنيسة أو جامع أو منطقة تاريخية مما تنخر به مصر .

إذا فالمحافظة على هذه الصورة المرئية للماضي متمثلة في الآثار والمناطق التاريخية تدعو المهتمين بالتنشيط السياحي والعاملون في مجاله إلى تعميق وترسيخ العلاقة بين الأفراد بل والمجتمع كله وإلى كل زائر للبلاد بهذا الموروث الحضاري .

والأمل أن يتولد لدينا ما يسمى بالوعي الأثري كمدخل للوعي السياحي وكضرورة أساسية للاهتمام بالآثار على المستوى القومي وهذا الاهتمام لا يبد وأن يبدأ من الصغر بين تلاميذ المدارس واعتماد منهج مبسط لتربية النفس وأجيال المستقبل ليبحث الحص الحضاري والجمال المتعلق بالآثار وغرس حب الانتماء في نفوس الشباب وهم في مقتبل عمرهم وغرس المفاهيم التي توضح أن المصلحة القومية أعظم بدرجات كبيرة من المصلحة الشخصية وأن يتم ذلك بالتنسيق مع وزارة للتربية والتطعيم لإدخال مادة المفاهيم الأثرية والسياحية بمختلف أنماطها في المناهج التعليمية لمختلف الأعمار وذلك لخلق جيل جديد له الحص الأثري السياحي مع توعية هذه الأجيال المستقبلية بقيمة الآثار كما يجب مساهمة وزارة الإعلام في تفعيل دور وسائل الإعلام المختلفة في نشر الوعي الأثري - ومن أهم هذه المفاهيم حماية المناطق الأثرية من الاعتداءات التي تقع عليها بالبناء العشوائي بجوارها أو في طريق الوصول إليها . كما أنه من الضروري أن تهتم وزارة الثقافة والمجلس الأعلى للآثار بالآثار الموجودة في مناطق عديدة بعيدة عن القاهرة والمتاحف الكبرى كمحافظات الشرقية والغربية والقليوبية وبني سويف والمنيا وسوهاج وغيرها من المحافظات الموجودة بها الكثير من الآثار التي يمكن أن يطلق عليها مغناطيسيات سياحية جاذبة التي كلما توضع منها رائحة التاريخ العتيقة الموعلة في القدم كلما أضفى عبقها على هذه المغناطيسيات السياحية الجاذبة سحرا يخلب الأكباب ويثير في ذهن المشاهد أرقى المشاعر .

ونحن نعتبر أن الاهتمام بالآثار والوعي الأثري سواء من الطلاب أو حتى عامة الشعب من المسائل الواجب النظر إليها بعين الاعتبار أما ما هو أهم فيتعلق بالعاملين في المناطق الأثرية من أمناء المتاحف والعاملون بقطاع الآثار فهؤلاء

يجب أن يكونوا أشد الناس تمسكا بالوعي الأثري ومحاولة نقل هذا الوعي لكل زوار الأماكن الأثرية خاصة المصريين وذلك من خلال عقد مؤتمرات علمية مبسطة داخل قاعة من قاعات المتحف مزودة بأجهزة تليفزيونية أو وسائل علمية مرئية للمتفردين من الجماهير التي ترغب في زيادة معلوماتها الثقافية والأثرية وكذلك الجمعيات الأهلية والزيارات المدرسية والجامعية والأسر المصرية التي تزور المتاحف والمناطق الأثرية وهذا الأمر يحدث في كل الدول المتقدمة .

ونذكر أنه في أواخر التسعينات من القرن الماضي أعادت الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بالإسكندرية طباعة كتاب من أروع الكتب التاريخية والأثرية والذي ألفه عشرة من الأساتذة العلماء بجامعة الإسكندرية عن تاريخ وحضارة الإسكندرية عبر العصور وقد أرسل خطاب لمديرية التربية والتعليم عن رغبة الهيئة إهداء مكتبات المدارس بالإسكندرية ألف نسخة من هذا الكتاب لكي يكون تاريخ وحضارة الإسكندرية متاح للطلاب للاطلاع والتثقيف الأثري والتاريخي - وقد ردت المديرية على ذلك الأمر بأن هذا الكتاب ليس مدرجا في البيبلوجرافيا للمكتبات المدرسية ؟

ومن المقترح أن يدرج في خطط هيئات تنشيط السياحة دورات تدريبية للعاملين فيها وأن يكون ضمن مقررات هذه الدورات الكتب التاريخية والأثرية ذات العمق العلمي والتاريخي والموسوعي كموسوعة ((مصر القديمة)) للعلامة الأثري سليم حسن والتي صدرت في سنة عشر جزءا فالقارئ لهذه الكتب يستطيع من خلال ثلاياها وسطورها أن يستخرج منها أفكارا وأفكارا كثيرة تساعد على تنشيط الحركة السياحية لمصر .

### الركيزة الرابعة : البيئة ..

الاهتمام بالبيئة لم يصبح ترفا ومن يهمل البيئة فإنه قد اُحد مقومات حياته والحفاظ على البيئة أهم قيم للتحضر الاجتماعي على الإطلاق لأن الإضرار بالبيئة لا يقتصر أثره على فرد أو مجموعة من الأفراد بل يضر المجتمع ككل والاعتداء على البيئة اعتداء على النظام الاجتماعي باعتبار أن الحفاظ على البيئة يمثل تراثا

هاما للإنسانية - وقد أصبحت مشكلة البيئة إحدى القضايا الهامة التي فرضت نفسها على الناس جميعا من مختلف الأجناس والطبقات والأديان وأفلحت في فرض نفسها بشكل قوي منذ بداية السبعينات من القرن الماضي خشية أن تقلب هذه المشكلة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية السائدة الآن أو في المستقبل القريب أو المستقبل البعيد ولذلك شهدت مشكلة البيئة زيادة كبيرة في اهتمام العلماء والمخططين والسياسيين ورجال الاقتصاد وعلماء الاجتماع وعلماء البيئة البيولوجيين ، وقد انعكس هذا الاهتمام في ثلاثة أمور :

أولها : كثرة الكتابات لتنبية كل البشر بالأخطار المحتممة بالبيئة الطبيعية وطريقة الحفاظ عليها بتحقيق التوازن الإيكولوجي لكل عناصر البيئة .

ثانيها : اهتمام المنظمات الدولية والعلمية بعقد مئات المؤتمرات والندوات التي تعالج فيها مشكلة البيئة التقدم الحضاري وأهمها مؤتمر أخطار البيئة الذي عقد في استكهولم عام ١٩٧٢ .

ثالثها : اهتمام الدول المتقدمة والنامية بإنشاء وزارات وهيئات وأجهزة لشئون البيئة بغرض وضع الخطط الهادفة لأحكام السيطرة على البيئة .

وتلخص أن هذه الأمور الثلاثة تسعى لمعالجة شئون البيئة في نقاط محددة هي :

١. الاعتراف بموقف الإنسان المعادي للطبيعة وعدم إدراكه لمحدودية مصادر الثروة الطبيعية وزيادة استهلاكه لها نتيجة المشكلة السكانية .

٢. عدم وضوح الرؤية أمام غالبية البشر عن مدى الضرر الذي يلحق بالبيئة وسلبية رد الفعل والاهتمام .

٣. ضرورة معرفة الإنسان لموطن الخلق في العلاقة بين الإنسان والبيئة وأن بداية العلاج تؤكد أهمية الناحية السلوكية من الإنسان المستفيد من البيئة والسبب الرئيسي في تلويثها ورغم إيمان الإنسان أن ارتفاع المجتمع وتقدمه يرتبط بالقدرة على السيطرة على الطبيعة وتطويع مواردها لخيرها وإنشباع احتياجاته ومتطلباته ومن الضروري أن ينظر الإنسان إلى أنه أحد العوامل

الأساسية للبيئة وعمل التغيير فيها - وهو موضوع التأثير والتأثر فيها والمطالب بالحفاظ عليها والمطالب أيضا بالنظرة التكاملية الشاملة والواقع أن هناك موقفين مختلفين يقفهما الإنسان من البيئة الطبيعية .

الأول : يتمثل في اهتمام فئة متميزة اجتماعيا واقتصاديا وهي فئة قليلة من الناس تتزايد في اهتمامها بالمحافظة على البيئة وما بها من جمال والرغبة في عدم إدخال أي تعديلات على مكونات الطبيعة لأن أي تعديل يخل بالتوازن ويضر للطبيعة .

الفئة الثانية : هي الطبقة الفقيرة التي ترغب في رفع مستوياتها الاقتصادي والمعيشي والاجتماعي عن طريق التنمية واستغلال الموارد الطبيعية ولذا أخذت بجمال البيئة - والحقيقة أن لاختلاف المواقفين يعكس مدى اختلاف المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي في المجتمع والمشكلة في حقيقتها تعكس الصراع الدائر بين الذين يملكون والذين لا يملكون .

ومن هنا يتعين على العالم إدراك هذه الحقائق والتساليم بما يتعرض له البيئة من أخطار وأن يتعين عليه العثور على حلول تقال من الاخطار التي تهدد وجود الإنسان والحياة ، وهذه هي حقيقة معركة الصراع من أجل البيئة - وهي معركة علمية وتكنولوجية واجتماعية وسياسية تهدف إلى تنبيه الإنسان للوقوف في صف البيئة ضد الاخطار التي يمكن التغلب عليها . والواقع أن المشتغلين بالبيئة يرون أن الخطر الحقيقي للبيئة هو المشكلة السكانية وتزايد السكان في الدول النامية ، والمتخلفة وتزايد احتياجاتهم التكنولوجية للصناعة والسكانية وتوفير المساكن يرتبط بالإغارة على المناطق الزراعية والخلوية ويزداد الأمر سوء عند ضرورة توفير وسائل المواصلات والنقل وشق الطرق ، وما تجلبه هذه الوسائل للضجة والاضوضاء والمخلفات والفضلات - ولا ننسى أن للحركات السكانية في السيارات أثناء العطلات له دخل كبير في تغير البيئة وإلحاق الضرر بها - فالسيارات تنقل البشر إلى حيث يشاءون وبالتالي لزداد تهجم الإنسان على جمال الطبيعة وتقويضها .

المشكلة التي تواجه علماء البيئة هي كيف يمكن التوفيق بين الرغبة في

المحافظة على البيئة الطبيعية من ناحية وتحقيق برامج التنمية الاقتصادية وتوفير الحاجات الضرورية للفقراء من ناحية أخرى ولا يزال المفكرون يحاولون الوصول إلى هاتين الناحيتين .

هذه المقدمة عن البيئة كانت لازمة للربط بين البيئة أو مشكلات البيئة والازدهار السياحي فهناك علاقة وطيدة بين البيئة والسياحة فهما كوجهي العملة كلاهما مرتبط بالآخر فالنشاط السياحي يتوقف على التكيف البيئي ونقاء البيئة ونظافتها يجذب السائحون لشعورهم بالأمان الصحي والتمتع بفترة بقائهم في بيئة آمنة خالية من أي ملوثات قد تسبب لهم أي ضرر والأنماط السياحية كلها ترتبط بالبيئة فنوعية البيئة ونوعية السياحة ونوعية السائح ومتطلباته تعتمد على بيئة المكان الذي سيرتاده كسائح فهو إما طالب علاج أو طالب معرفة أو طالب متعة معينة لقضاء إجازته أو زيارته للبلد الذي يقصده وعلى ذلك فإننا عندما نتحدث عن التنشيط السياحي كان لابد من التعرض للبيئة كأحد الركائز الهامة العملية للتنشيطية - ومعرفة كيفية التغلب على أي مخاوف أو ملوثات للبيئة سواء كانت من صنع البشر أو أراد المجتمع أو من العوامل الجوية .

وليس المقصود بالبيئة هنا هو للمناخ فقط أو حالة الجو من حيث خلوه من الشوائب والملوثات ولكن التعرض للبيئة بكافة مفاهيمها كالبيئة الاجتماعية أي بيئة الأفراد والمجتمعات - والبيئة الجغرافية والبيئة الثقافية والبيئة التاريخية وغيرها ، هذا بجانب البيئة بمفهومها الحريص - والتعريف البسيط لمعنى كلمة البيئة هي المحيط الحيوي الذي يشمل كل الكائنات الحية وما يحتويه من موارد وما يحيط به من هواء أو ماء أو تربة وما ينشأ على سطح الأرض من منشآت سواء مندية أو عسكرية أو سياحية أو صناعية فكل منهم له دور يؤثر على البيئة وتلوث البيئة الناتج عما سبق ذكره من المنشآت .

ولأن السياحة صناعة يضاء مصدرها لها العملات الحرة مما يزيد الدخل القومي كما أنها تحل مشكلة البطالة لأنها تمتص عمالة كبيرة وترتبط بمجالات أخرى تخفيها بما تحتاجه - لذا كان من الضروري إصدار قوانين خاصة

بتشجيع السياحة وحمايتها ووضع خطط وتنظيمات وهيئات للوصول بها إلى أعلى درجات النمو فليست وزارة السياحة وحدها هي المسئولة لأنها لا تستطيع أن تعمل بمفردها لأن دورها سيركز أساسا على تحديد أشكال رعايا السياحة والدعاية والإعلان وفتح المكاتب الخارجية في بلدان العالم للجذب السياحي وأيضاً الاشتراك في المؤتمرات والمنشآت والأسواق العالمية . المهرجانات السياحية والتسوق - لكن لا بد أن يساعدنا مجموعة من الوزارات الأخرى لا تقل أهمية في دورها عن دور وزارة السياحة فكما أنها تعمل للخروج بالمنظومة السياحية إلى أعلى مستوياتها وضمن نجاحها وزيادة أعداد السائحين مما يزيد الدخل القومي - فهناك مثلا وزارة البيئة ووزارة الإسكان ووزارة الإعلام - والهيئة العامة للتشغيل السياحي والهيئات الإقليمية ووزارة النقل والمواصلات ووزارة الصناعة ووزارة الاتصالات - فلذا لم تتضائل جهود كل هذه الوزارات كل في مجاله سفشل في زيادة النمو السياحي لأن آلية العمل المنظم ، تنتهي بخطة ناجحة . والدولة هنا وكل الوزارات المعنية لها دور هام هو إصدار مجموعة من القوانين والتشريعات التي تحمي البيئة بكل صورها وتربي في السكان منذ الطفولة كيفية التعامل مع الساحل - وخلق فكر جديد يعتمد على استغلال طبيعة مصر وجمالها وموقعها الجغرافي المميز والمناخ الرائع وما تملكه من شواطئ والصحاري المترامية والواحات الفائرة - ويعد حركة العمران والتقدم الصناعي وما تركته من آثار بيئية لا بد أن يكون للدولة وقفة مع البيئة والتلوث وكيفية القضاء على أسبابه وعلاجه حفاظا على الموارد الطبيعية ، التي هي بالإضافة إلى الآثار والمقومات الأخرى مصدر الجذب السياحي - وعلى ذلك نستطيع أن نقرر أن البيئة هي لب أو جوهر المنتج السياحي ، كما أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على بقاء مغريات بيئة المقصد السياحي - فالسياحة لا تزدهر في ظل بيئة ملوثة بل أن البيئة الملوثة قد تؤدي في النهاية إلى انكماش الحركة السياحية .

وهنا لا بد وأن نؤكد على مفهوم عريض وروية واسعة النطاق وردت في اختصاصات الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة الصادرة بالقرار الجمهوري ٦٩١ لسنة ١٩٥٧ وقد ورد في أول اختصاصاتها : دراسة المحافظة من الناحيتين



الطبيعية والتجارية بقصد استغلالها سباحيا وتحسينها واجتذاب السياح وجعل إقامتهم فيها محببة وسهلة .

والمتعمن في هذا النص سيجد أن في مقدور الهيئات الإقليمية المساعدة في نظافة البيئة لتحسين الاستغلال السباحي فزيادة مساحة الخضرة وزرع الأشجار بل وطلاء المباني وتعميد الطرق يمكن أن يكون من اختصاص هذه الهيئات لتحسين الجو العام ليكون الإقليم موافيا للتنفخ والاستغلال السباحي . ثم ماذا يقصد بجعل إقامة السياح محببة وسهلة ؟ أليس النقاء البيئي والطبيعة والجمال يجعل من إقامة السياح محببة - أليست دراسة المحافظات من الناحية الطبيعية مدخل لتحسين الطبيعة ، وحينما نلقي نظرة على الاختصاص الخامس للهيئات الإقليمية الواردة بلائحتها والذي ينص على دراسة وتحسين أو إنشاء المشاتي والمصايف وعيون المياه المعدنية وغيرها مما يساعد على تنشيط السباحة في المحافظة . وهناك اختصاصات أخرى تجعلنا نرفع القبعات لاحتراما وإجلالا لهؤلاء العباقرة الذين قاموا منذ خمسين عاما بوضع نصوص سهلة وبسيطة وعميقة لتسير عليها الهيئات الإقليمية في ممارستها لعملها - وهذه النصوص ستكون موضع حديث مستفيض في هذا المؤلف .

### الركيزة الخامسة : النقل - الطرق - المرور ..

تعد الطرق ووسائل النقل المختلفة سواء كانت برية أو بحرية أو جوية وكذلك المرور داخل المدن أو بين المناطق السباحية المختلفة وبعضها - من ضمن أهم الركائز السباحية الهامة لتنشيط السباحي ، فالتطور في السباحة يرتبط ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات ولا تصبح المواقع أكثر جاذبا للسائحين طالما لا تتوافر فيها إمكانية الوصول ، وقد بدأ هذا التطور في النقل بالمسك الحديدية وفي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية أدت الزيادة المطردة في امتلاك السيارات إلى زيادة مماثلة في السباحة الداخلية في المجتمعات الأوروبية والمجتمعات في سائر البلدان بصفة عامة ، كما أدى التطور في النقل الجوي إلى خلق طفرة في السباحة الدولية ولم يكن التغير في حجم الحركة فقط بل في تعديل

أنماطها ، وقد استمر عصر السكك الحديدية لما يقرب من مائة عام ، وعلى الرغم من ظهور السفر بطريق السيارات الخاصة في مستهل القرن العشرين ، فإنه لم يبدأ بصورة جدية في منافسة السفر بالسكك الحديدية حتى الثلاثينيات من هذا القرن ، بعدما بدأ السفر بالسكك الحديدية يعاني من التدهور السريع ، كما أصبح غير اقتصادي على الرغم من التحسينات التي دخلت على السفر بالسكك الحديدية ، فإن هذا التدهور سوف يستمر في معظم الدول نتيجة لمناقسة المطرودة من جانب السيارة والطائرة وفي مصر التي تعد من الدول الأولى في العالم في جانب مد خطوط السكك الحديدية كوسيلة للمواصلات ، فقد برز الدور الذي لعبته السكك الحديدية في خدمة حركة الاصطياف ، وكانت هناك ما يسمى قطارات البحر بين القاهرة والإسكندرية في موسم الصيف بأجور زهيدة ويرجع تاريخها إلى عام ١٩٣٣ . كما كان هناك نظام للتذاكر المشتركة مع الفنادق الكبرى والمتوسطة لمدة ثلاثة أيام أو أكثر بأجور معتدلة ، كما كان هناك تلك القطارات المعروفة بقطار الزهرة أو قطار المفاجآت حيث كان القطار يسير إلى جهة لا يعلمها الركاب إلا بعد تحرك القطار وتكون الوجهة إلى مدينة ساحلية ويشترط أن يعود في نفس اليوم.

هذا عن القطارات والسيارات ونورهما في حركة السياحة والاستجمام إلا أن التطور في صناعة السيارة يستلزم شبكة طرق جديدة وجيدة والتي تنتشر بين أرجاء الدولة الواحدة وفي ثلاثينيات القرن الماضي كان الألمان روادا في تطوير طرق السيارات الخاصة وبالرغم من أن الدافع من وراء إنشائها كان عسكريا إلا أنه يظل الفكر في أنه لكي يتم فتح دولة ما أمام السياحة وتطوير وإنشاء المراكز والمواقع السياحية الجديدة فإن ذلك يعتمد على نظام جيد للطرق وعلى الأسس التي تجعلها في خدمة الأغراض السياحية وهذه الأسس هي :

١. وجود شبكة آمنة وواسعة وأنيقة من الطرق التي تربط بين المدن ومراكز الجذب السياحي .

٢. وجود شبكة طرق ثانوية تربط بين الطرق الرئيسية لكي تقدم معدلا واسعا

من حركة وتنطوي كل الأماكن المرتبطة بالسياحة .

٢. أن يشمل نظام الطرق كل أرجاء الدولة لكي يشجع السائح على الحركة ولكي تنتشر القوائد الناجمة عن السياحة بشكل أوسع .

وهنا لا بد وأن نعرض لمشكلة نقرأها بصفة تكاد تكون مستمرة في وسائل الإعلام والصحافة وهذه المشكلة هي حوادث السيارات والأتوبيسات السياحية والتي تزهق أرواح كثيرة في هذه الحوادث سواء كان الضحايا مصريون أو أجانب وفي حالة وجود ضحايا من الأجانب فإن رد الفعل السلبى للرحلات السياحية وحوادث الطرق السياحية يعتبر احد معوقات السياحة .

إذاً فعامل النقل هو إحد الروائد الهامة ليس لقيام صناعة السياحة فقط بل هو احد الروائد الهامة للتنشيط السياحي ، ويمثل النقل وسيلة وصول للمسافرين لمقاصدهم المختارة وأنه ليس من الصعوبة تحديد تأثير الطرق والتي من خلالها تمت عملية نمو السياحة حول العالم ووصلت إلى حد التنمية الشاملة للنقل السياحي.

وعلى ذلك فالنقل وارتباطه بالطرق والمرور والطائرات والسفن من أهم مرتكزات للتنشيط السياحي ونجد مبتغانا في الحديث عن النقل في مؤلف د. دلال عبد الهادي ((دراسات في أساسيات السياحة)) حيث تورد أن عامل النقل يعد مسببا من أسباب قيام صناعة السياحة وبعد عامل النقل مسببا من أسباب قيام صناعة السياحة وتزدهارها ، إن إمكانية الوصول إلى مكان المقصد السياحي تمثل أهمية كبرى في العمل السياحي ، كما أن التطور السياحي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالتطور في وسائل النقل لذلك يصبح عامل النقل من أهم العوامل التي تؤثر في الرغبة في السياحة وتمثل أهميته في ٣ اتجاهات مختلفة وهي :

١. أن النقل يقدم وسائل السفر لأماكن المقصد السياحي من مكان إقامة السائح الأصلية ، والعودة مرة أخرى ، وهنا يكون استخدام وسائل النقل في بداية الرحلة ونهايتها فقط .

٢. النقل يوفر وسائل الانتقال حول أماكن المقصد السياحي وذلك يتمثل في مرحلة ما بعد وصول السائح المقصد السياحي ورغبته في اكتشاف المكان من حوله ويتضمن هذا العنصر التنقل لدخل أماكن المقصد السياحي سواء بالأنابيبات فيما بين المزارات السياحية المختلفة كما أنها تضم وسائل النقل المستخدمة عن طريق المواطنين الذين يقومون ويعملون في أماكن المقصد كما هو الحال بالنسبة للسائحين .

٣. النقل هو السمة الرئيسية والمميزة للرحلة السياحية وذلك من خلال نوع وسيلة النقل ذاتها فقد تكون هي للبائع علي القيام بهذه الرحلة السياحية .

ومثال علي ذلك الرحلات البحرية عن طريق البواخر العائمة ، فإن هذه الباخرة تكون هي السمة المميزة للرحلة السياحية ، كما تقدم الإقامة والطعام ووسائل التسلية والترفيه إلي جانب إنها وسيلة النقل في هذه الرحلة ، وهنا يكون استخدام وسائل النقل في بداية ووسط ونهاية الرحلة السياحية وفيها يستمتع السائح باختيار وسيلة النقل الخاصة برحلته السياحية .

لذا فإن نمو قطاع النقل علي الصعيدين الخاص والعام له تأثير فعال في نمو واتجاهات التنمية السياحية من خلال توفير الأمن والراحة والسرعة ولذا فإن وسائل المواصلات العامة تعد أكثر إقناعاً إلي جانب رخصتها نسبياً ومن ثم فهي الأكثر طلباً في أسواق السياحة ولذا فإن المنتجعات السياحية التي يمكن الوصول إليها بسهولة تعد هي نتاج عاملين أساسيين :

١. السعر : بقيمته الفعلية الكلية من خلال مقارنته بأسعار المنتجعات المنافسة .
٢. الوقت : من خلال تحديد الوقت الفعلي للرحلة من نقطة الانطلاق وحتى نقطة الوصول إلي المقصد السياحي .

أن النقل الجوي بصفة خاصة خلال الثلاثون عاماً الماضية قام بصنع نطقات متوسطة وطويلة للمقاصد السياحية سهلة الوصول معتمداً علي هذين العاملين ولعل هذا قد تعاون مادياً وفنياً مع ظاهرة أسواق السياحة العالمية

سواء بنتائجها أو عواقبها سواء الريح أو الخسارة ( المزايأ أو العيوب ) من خلال استئصال الجماهير .

أما وسائل النقل العام فهو قطاع متكامل ومكمل لصناعة السياحة فهو يقدم أيضاً للخدمات المختلفة والتي لا تعتمد بشكل مباشر على الطلب السياحي ، فالطرق ، وخطوط السكك الحديدية ، والخدمات الجوية تعد كلها مملوكة للحكومات بشكل مباشر إلى جانب عربات الشحن سواء كانت متصلة بعربات نقل الركاب كما أنها أيضاً تقدم مساهمة هامة وقاطعة في زيادة دخول الناقلين .

وأنه من الملاحظ أن كثير من الناقلين يقدمون خدمات تجارية أو اجتماعية والتي تتعلق بشكل مباشر بالطلب ، ومن ثم فإن الطرق والسكك الحديدية كمثال يقدمون خدمات ضرورية وهامة للعاملين المسافرين فيما بين أماكن إقامتهم وأماكن عملهم ، ووسائل النقل هذه ( إلى جانب خطوط الطيران ) تقدم خدمات اجتماعية واقتصادية هامة من خلال العمل على توصيل الأماكن النائية البعيدة بالعواصم والمناطق الصناعية والتجارية بالإضافة إلى تأكيد عملية الاتصال الجوي بين السكان ، أما عن مدى قيام الناقلين بتوفير وتقديم شبكة ناجحة ذات حدود اجتماعية تهدف إلى تحقيق الربح وحده فقد وضع حداً للمشاكل المستمرة بالنسبة للسياسة الحكومية في عملية النقل .

إن كلفة وسائل النقل تحظى باهتمام عظيم ، فإن تكاليف البناء والحفاظ على الخطوط الحديدية كما في حالة السكك الحديدية ، وأيضاً انتظام حركة تزويد الخطوط الجوية بالطائرات الجديدة والتي تكون متاحة فقط للشركات الكبيرة أو للتطاع العام ، وفي بعض الأحيان فإن النقل يوفر فرص عظيمة لاقتصاديات النطاق ( economies of scale ) وذلك من خلال العمل على تخفيض الأسعار ، كما يوجد عناصر ثابتة الأسعار مثال ، في الخطوط الجوية والتي تعمل في مطار محدد سواء كانت هذه الأعداد موزعة على عدد كبير من الرحلات فإن سعر المقعد الفردي في الرحلة الواحدة سوف يقل جداً .

## شبكات النقل :

تحتل العديد من الطائرات ، والعربات ، والبواخر التي تنقل المسافرين سواء بالجو أو بالبر أو بالبحر مكانة هامة لذا فإن شبكات النقل تعد ذات أهمية كبيرة للنشاط السياحي .

أن شبكات النقل تتمثل في البر ، البحر ، والجو والتي تمثل أشكال النقل السياحي المختلفة ، بالإضافة إلى محطات الأتوبيسات ومحطات السكك الحديدية والمطارات والتي يحتاجها المسافرون في بداية ونهاية رحلاتهم ، كما لا يوجد نطاق أو إقليم دخل أي بلد يمكنه أن يأمل في استقبال أعداد كبيرة من السياح إذا لم تتوفر لديه شبكات ممتازة ، فالمطارات يجب أن تكون معدة بصورة جيدة من خلال التخطيط الجيد لها وذلك من خلال طول ممراتها لكي تسمح بهبوط وإقلاع آمن للطائرات كما أن مباني المطار ذاتها يجب أن تكون معدة لاستقبال السياح والمسافرين سواء للحجز أو الانتظار لرحلاتهم وهم أكثر راحة .

ومرافق السفن يجب أن تكون عميقة واسعة لكي تستوعب الأعداد الهائلة من البواخر السياحية للعائمة ، وقبل كل ذلك فإن الطرق سواء داخل أو حول المقصد السياحي يجب أن تكون معدة وجاهزة لاستقبال الأعداد الهائلة للزوار من السياح كما يجب أن تكون واسعة وممهدة ، إلى جانب الطرق السريعة التي تسمح بنقل السياح بسرعة من المطارات إلى أماكن إقامتهم سواء في الفنادق أو غيرها إلى جانب العمل على توفير أماكن لانتظار السيارات عند الوصول كما يجب تنبيه وإعلام السياح بهذه الأماكن وهذه الخدمات التي توفرها بلد المقصد السياحي والتي تعمل على خدمة السياح بهذه الأماكن وهذه الخدمات التي تعمل على خدمة السياح وتوفير سبل الراحة والأمان لهم .

وكما نعلم أن النقل البحري أو النقل الجوي لا يخضع لخطوط بحرية أو جوية محددة لذا يجب العمل على اتساع للتطبيقات والإرشادات البحرية والجوية سواء للبواخر أو الطائرات وذلك للمسير في مجالها البحري أو الجوي بحذر شديد وذلك لضمان عدم حدوث أي حوادث في هذه الطرق غير المترتبة ومن ثم نجد أن الطيران

الجوي عبر أوروبا بصفة خاصة قد شهد تنقماً كبيراً وازدهاراً في الآونة الأخيرة حيث حقق أعلى نسبة لشغال وذلك لدواعي الأمن وما يوفره من راحة وأمان للسائحين ، كما يحقق مطار (ميثرو) في بريطانيا أعلى نسبة لشغال في موسم الذروة في الفترة ما بين يوليو وأغسطس كل عام بمعدل إقلاع وهبوط كل دقيقتين يومياً .

وإذا فإن للطرق والسكك الحديدية والبحار والمجال الجوي تمثل شبكات النقل والتي تساعد علي تحديد أعداد السائحين التي تصل إلي دولة المقصد والتي تسافر حولها ، كما أن الأنوبيسات ومحطات السكك الحديدية والموانئ والمطارات التي يستخدمها المسافرين في بداية ونهاية رحلاتهم تعد معروفة باسم " Treminal " والتي تعني نهاية الطريق وهي مأخوذة من الكلمة اللاتينية " النهاية " ومن ثم فإن الظروف والتسهيلات في هذه للرحلة لدولة المقصد السياحي تعد ذات أهمية لتحديد أعداد السائحين والتي تعبر هذه المناطق ، ومن ثم يظهر الاهتمام بتوفير وتدعيم شبكات النقل سواء الجوي أو البري أو البحري والتي تؤدي بالتالي إلي تنشيط الحركة السياحية وعلي وجه الخصوص في مصر.

وختاماً لهذه الركيزة الهامة من ركائز التنشيط السياحي نوجزها في أن النقل يعد عامل رئيسي في أسباب قيام صناعة السياحة وازدهارها ونتيجة لها في نفس الوقت - فبواسطة الطريق يتم توفير متطلبات أنشطة السياحة في المكان المقصود بالطريق الذي يتم ربط المزارات السياحية بأسواق الطلب السياحي ، والنقل بخصائصه وطبيعته وسائله وحجم الحركة ، ويعد أساساً هاماً من أسس قيام صناعة السياحة - والثابت تاريخياً أن ازدهار صناعة السياحة في أقاليم ودول العالم المختلفة ارتبط طردياً بتقدم طرق ووسائل النقل ، وتعد وسائل النقل المستقلة في السياحة والترويج ، وبيئتين المختار منها من قبل السياح تبعاً لموامل الإمكانيات المادية للسائح وطول الرحلة السياحية وعدد الأنواع ، وتشكل السيارات أهم وسائل النقل فوق اليابسة ، وأكثرها شيوعاً واستخداماً واكثرها على المرونة وحرية الحركة ، وخاصة إذا توافرت شبكة أو شبكات جيدة من الطرق المرصوفة وتستخدم السيارات على نطاق واسع في أغراض السياحة في معظم دول العالم

التي تنتشر فيها للشركات المالكة لهذه النوعية ويتم تشغيلها إما على خطوط منتظمة أو بالايجار من اجل جولة سياحية خاصة ، ويرى للبعض أن ارتفاع شأن السيارة في حركة السياحة هو ما يتمثل في القيادة الشخصية للعربات الخاصة المؤجرة فالتسهيلات في عملية الاستئجار والقيادة ساعدت على زيادة شعبيتها بالنسبة للسائح . أما السكك الحديدية فتلعب دورا هاما في مجال السياحة داخل دول أوروبا ، حيث تتميز بأنها مريحة بها كلفة الخدمات الأساسية ومع بداية القرن العشرين استخدمت الدول وسائل النقل البحري في أغراض السياحة العابرة للمحيطات إلى البحر المتوسط ، ومنذ عصر الستينات استقطبت للطائرات السباح كوسيلة سريعة للمزارات والمنتجعات السياحية ، وساهم في ذلك الاتفاقيات السياحية والتوسع في سياحة الحولفز والأقواج والجماعات لتقليل التكلفة .

### المواني والمطارات

قلب الإنسان طبقا للعلوم الطبية به مجموعة من الشرايين الرئيسية وأخرى فرعية وهذه الشرايين هي التي تغذي القلب نفسه وسائر جسم الإنسان ، فإذا اعتبرنا للسياحة الآن هي قلب الاقتصاد والنمو والدخل القومي فطبقا لتقارير منظمة السياحة العالمية انه خلال الأعوام من ١٩٤٦ وحتى الآن حققت السياحة العالمية نموا مستمرا وتنوعا شديدا في اعمالها لتصبح احد أسرع القطاعات الاقتصادية نموا في العالم ، وترتبط السياحة الحديثة عن قرب مع عمليات التنمية في العالم خاصة للنامي الأمر الذي جعل منها أي السياحة قوة دافعة أساسية لتحقيق التقدم في العالم ويشير الخبراء إلى أن حجم الأعمال السياحية حاليا يساوي وربما يتجاوز صادرات البترول وكذلك المنتجات الغذائية وصناعة السيارات ، كما يؤكد الخبراء أن السياحة أصبحت احد للاعبين الكبار في التجارة العالمية ، كما تمثل في نفس الوقت احد مصادر الدخل الأساسية للعديد من الدول النامية ، فإذا كانت السياحة لها هذا الدور الهام والحيوي فهي مثل القلب من جسم الإنسان وإذا كان القلب له شرايين رئيسية وأخرى فرعية فإن السياحة لها شريكتين أساسيين بالإضافة إلى الشرايين الفرعية والشريكتين الرئيسيتين للسياحة هنا :



## أولا : الموانئ

تشكل المواني أهمية بالغة لتدوين بحرية لما تحققة من اقتصاديات تحفز حركة تجارتها البحرية واستقبالها للسفن المسلحة ولضحي الاهتمام بالمواني كغيرا تحرص الدول على تنميتها وازدهارها لما تحققة من عوائد تؤثر على اقتصادياتها ، وبالنسبة لمصر فإن الأجهزة المعنية سواء وزارة النقل أو كل القطاعات العاملة في حقل النقل البحري تسعى أن يكون للمواني المصرية الريادة والصدارة في منطقة شرق البحر المتوسط وذلك بما يعود عليها من فوائدها وخدماتها من مرؤود اقتصادي على المستوى القومي ، وهناك تصنيف للمواني فهناك المواني التجارية - ومواني التحنين - ومواني البترول - ومواني الصيد وأخيرا مواني السباحة ، والمواني التجارية في مصر هي الإسكندرية - الدخيلة - دمياط - بور سعيد - السويس - سفاجا - نويبع - أبو قير - السلوم - مرسى مطروح - الطور .

أما المواني التحدنية فهي أبو زينة - القصير - سفاجا - الحمرولين - أبو غصون - برنيس - رأس ملعب . أما مواني البترول فهي رأس غارب - الخرققة - وادي فيران - رأس شعير - رأس سدر - المينا البحرية بمنطقة المعدية - مينا الطمين - مرسى السادات ورأس هديب - خط أنابيب البترول بالسويس - الإسكندرية سوميد . أما مواني الصيد فهي الأنفوشي بالإسكندرية - بوعاز المعدية - عزبة البرج بدمياط - رشيد - البردويل - البرلس - بور سعيد - العريش - عنابة - للطور - شرم الشيخ - الخرققة - نويبع - مطروح .

أما المواني المسلحة فهي مرسى مطروح - الإسكندرية - المنتزه - شرم الشيخ - الخرققة - بور سعيد . وما يهنا هنا هو المواني التجارية التي تستقبل السفن المسلحة ومواني الصيد والمواني المسلحة ، وأهم المواني قاطبة في مصر هو ميناء الإسكندرية فهو بعيدا عن كونه المينا الرئيسي إلا أنه يتميز بأنه ميناء تاريخي فهو يرجع إلى عهد القراغة حوالي ١٩٠٠ ق م وأشأ غرب جزيرة فاروس وكان هناك ميناء صيد يسمى بالقودة وهو ميناء للصيادين الذين كانوا يقيمون بهذه المنطقة قبل أن يعهد الإسكندر الأكبر سنة ٣٣٢ لمهندسه دينوقراطيس

تشبيدها بوصل جزيرة فاروس بالشاطئ ثم بناء مدينة الإسكندرية ، وفي أوائل القرن التاسع عشر كانت الميناء مضمحلة تماما إلى أن جاء محمد علي ١٨٠٥- ١٨٤٠ فأنشأ عدة أعمال صناعية وبحرية وأهمها دار الصناعة أو ترسانة الإسكندرية وكان لحفر ترعة المحمودية عام ١٨١٩ شأن كبير في ازدهار الملاحة وتسهيل نقل التجارة ما بين الميناء والدخل وقد بنى فنار رأس التين بارتفاع ٤٩ متر وانتهى تنفيذه عام ١٨٤٩م وفي عام ١٨٥٢ بعد إنشاء خط سكة حديد بين القاهرة والإسكندرية لربط الميناء بالعاصمة - حق لميناء الإسكندرية خلال تلك الحقبة من الزمان أن يفخر على مدن الشرق لاستخدام المواصلات الحديدية قبلها جميعا .

وأخيرا وفي ٢٠٠٧/٤/١٣ افتتح رئيس الجمهورية السيد / محمد حسني مبارك المرحلة الأولى لمشروع تطوير وتحديث ميناء الإسكندرية الذي يعد أهم موانئ مصر وأكثرها قدرة على جذب للتجارة البحرية الدولية والتنمية السياحية بجملته استثمارات بلغت ٧٥٠ مليون جنيه وتوفر ستة آلاف فرصة عمل في حين تبلغ عوائده السنوية نحو نصف مليار جنيه - وتفقد الرئيس محطة الركاب السياحية التي استقبلت في اليوم السابق إحدى البواخر السياحية وتحصل ٣٦٠٠ راكب وزار محطة القطار السياحي التي تربط الميناء بالمواقع السياحية - وقال وزير النقل أن هناك مرحلتين للتطوير ستبدأ على الفور وهذه المرحلة الثانية تشمل تشغيل المنطقة السياحية وبناء المارينا الجديدة ومناطق الفنادق واليخوت وربط الميناء بالظهير السياحي للإسكندرية وقد ورد في الاعلام عن هذه المرحلة من التطوير أن ٦٠% من حجم تجارة مصر تتم عن طريق ميناء الإسكندرية وتصل العائدات السنوية للميناء إلى نصف مليار جنيه سنويا ويصل حجم الجمارك وضرائب المبيعات المستطعة في ميناء الإسكندرية إلى ١٠,٥ مليار جنيه سنويا وعدد السفن المتروكة على الميناء في عام ٢٠٠٦ بلغ ٥٠٠٠ سفينة وبلغ عدد السياح الذين وصلوا عن طريق الميناء في نفس العام نحو ١٥٤ ألف سائح وستكلف مشروع مارينا اليخوت والمنطقة التجارية والفنادق نحو ٢,٦ مليار جنيه وستوفر ٦٠٠٠ فرصة عمل .

ومن المعلومات السابقة يتضح أن الميناء أو المواني بصفة عامة شريان رئيسي من شرايين السياحة وأنه أخذ المرتكزات أو المنطلقات للتنشيط السياحي .

### ثانياً : المطارات .

لشريان الرئيسي والاهم الآن بالنسبة للسياحة هو المطارات - فالطيران قرب المسافات ووفر الأوقات ففي حين كانت الرحلة من بلد إلى بلد آخر قبل اختراع الطائرات تستغرق اسابيعاً وأحياناً شهوراً وخاصة في رحلة الحج إلى مكة المكرمة والمدينة المنورة - فلم يكن عنصر الوقت يدخل في تقدير المسافر فلم يكن للوقت أي اعتبار أو وزن - وكان المسافر عندما يرغب للرحلة يجب أن يفكر في كل شيء في الطعام والملبس والسلاح والنواب ورفقاء الطريق بل كان يودع أهله حيث كان للقاء بعد الرحلة شبه مستحيل - ومع تعاقب العصور ودخول مخترعات كانت في ذلك الوقت شيئاً رائعاً كالقطارات ثم السيارات والسفن التجارية ثم انتهاء بالطائرات وتلك الأسرع من الصوت - تغير الوضع بعد رحلات الأيام والاسبوع والشهور وجدنا رحلات الساعات القليلة ما بين دولة وأخرى وأحياناً ما بين قارة وأخرى - ولذلك فإن مقولة بأن المستقبل لا يمكن أن يكون هو نفسه الماضي لهذه حقيقة فنحن لا نعرف ما الذي يمكن في المستقبل ولكن يمكن تخيل توقعات على أساس التقييم العلمي للتبديلات وعلى أساس التطور التكنولوجي المذهل في كل مناحي الحياة وخاصة الاتصالات أو المواصلات ولعل الأقرب إلى التخيل الآن هو إمكانية استغلال الصواريخ بعد تطويرها لتصبح وسائل نقل ولأن صناعة النقل الجوي تتكون من عدة عناصر هي شركات تصنيع الطائرات - وخطوط الطيران الجوية وسلطة المطارات ووحدات أو إدارات مراقبة القوتين وخدمات المرور الجوي ووكالات السفر ومنظمي الرحلات والمسافرين والمعامل - لكن ما يهمنا في هذا المجال هو الطيران أو المطارات على وجه الخصوص ويذكر في هذا الخصوص أن إنشاء ميناء جوي أو مطار جديد يستغرق ما بين خمس إلى عشر سنوات بما في ذلك التصميم وإعداد الأرض وأعمال المباني والأمور الفنية ، وإنشاء المطار يستلزم مساحة جغرافية شاسعة وعدد كبير من السكان ورغبة في

السفر ومجتمع على درجة معتلة من الثراء - وتوفير خدمات لمستخدمي المطار من السياح القادمين أو المواطنين المغادرين وما يعيننا به حال مطارات مصر وأهم مطاراتها مطار القاهرة الدولي وهو عبارة عن المطار رقم (١) والمطار رقم (٢) وجاري تنفيذ المطار رقم (٣) وهذا يوضح بصورة كبيرة أن المطار القديم لم يعد كافيًا لاستيعاب حركة الطائرات القادمة والمغادرة حيث يعمل في مصر ٤٣ شركة طيران أجنبية بخلاف الشركات المصرية وأهمها على الإطلاق مصر للطيران . وهناك مطارات أخرى كمطار الأقصر - مطار أسوان - مطار الغردقة - مطار شرم الشيخ - مطار للنزهة ومطار برج العرب وبعض المطارات للصغيرة والتي يمكن أن يقال أنها لا تسهم في الحركة السياحية لمصر بقدر وافي ، وعلى سبيل المثال فإن المطار المقترض أن يكون الثاني بعد مطار القاهرة وهو مطار للنزهة بالإسكندرية فبالرغم من أنها العاصمة الثانية فإن مطارها كان من الصغر وضغط حركة الركاب حتى بداية التسعينات من القرن الماضي للدرجة التي كانت تشكل عائقًا أمام وصول رحلات سياحية للمدينة ولذلك تم التفكير في تطوير مطار برج العرب غرب المدينة لمواجهة تزايد معدلات النمو في نقل الركاب والبضائع وتطوير هذا المطار الذي كان مطارًا عسكريًا واستخدم لفترة كمطار مدني بعد تطويره إلا أن ذلك بشكل لا يولكب حجم الحركة لمدينة كبيرة كمدينة الإسكندرية ولا يكاد يكفي لأكثر من ١٠٠ راكب ساعة وازدحام واختناقات وتعرثر تسليم الأمتعة وقد كان لهيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية رؤية في تطوير مطار برج العرب ناقشتها بالاشتراك مع الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في جانب ومع الجانب الياباني المسند له عملية تطوير المطار الذي من المتوقع أن يفتتح بعد تطويره شاملًا في عام ٢٠٠٩ وكان الرأي دون أن يكون للجانب المصري خبرة فنية بالمطارات وإنشائها وهي خبرة لا تتوفر إلا للمتخصصين وإنما هي نظرة سياحية تتفق مع متطلبات السياحة بالإسكندرية وكانت وجهة النظر للمقمنة أن يتم تطوير المبنى القديم ليكون مخصصًا فقط لسفر ووصول الرحلات الداخلية ورفع كفاءة ما هو موجود حاليًا وإيجاد حلول لمواجهة الزحام في صالة الركاب وسيور التحميل بإعادة تنظيم استخدامها وعمل توسعات سريعة في كل

منها - من وضع حلول لزيادة الطاقة الاستيعابية للصالة لتتضمن مع الزيادة المتوقعة والمستقبلية في الحركة للجوية لتركيب ولابد من إقامة مبنى جديد بمواصفات المطارات العالمية ويكون هذا المبنى مخصص لسفر ووصول الرحلات الدولية ولابد أن يختلف تصميم المطار عن المطارات الأخرى بإضافة لمحات من فن المعماري السكندري الأنيق بالحقنة الناعمة وخطوطه الانسيابية بحيث يجمع بين الفن والتقنية العالية وخاصة في الجهو الرئيسي والذي يجب أن يتمتع بالإضاءة الطبيعية وأن تسود الخضرة والتوقعات المستقبلية يجب أن يكون مبنى المطار مكون من ثلاث طوابق أو طابقين علويين وآخر سفلي تحت مستوى الأرض مع تخصيص أماكن للمطاعم وصالات المسافرين والأسواق التجارية مع الاهتمام بكونتريز إنهاء السفر وصالات المغادرة والأسواق الحرة ومكاتب شركات الطيران ومكاتب الجوازات والجمارك وبقي السلطات العاملة في المطارات والبنوك مع التنبيه إلى التسهيلات التي تقدم في المطارات من وسائل انتقال وملاونة الأمتعة - أما أنظمة الملاحة والاتصالات فهي العامل الأساسي لتنفيذ عمليات أمنية وأداء جيد وتنفيذ للتعليمات الصادرة من المنظمة الدولية للطيران المدني واستخدام الأنظمة ذات التقنيات العالية المرتبطة بالأمور الصناعية وذلك سيقال من نسبة الإلغاء لعمليات الإقلاع والهبوط ، ولابد من وجود ملحقات لمبنى الركاب ومنها صالة كبار الزوار ، ومسجد المطار وأماكن للعبادة ومركز إطفاء الحرائق ومحطة توليد الكهرباء ومركز صيانة ومخازن ومركز الخدمات المساندة وحجرات الأطفال ومتحدي الإعاقلة ومركز شرطة الحراسة ومواقف لانتظار السيارات .

أن تطوير مطار يعني أن هناك امتداد عمراني سيضاف إلى المدينة يزيد بها الرقعة العمرانية لذا يجب أن توقف جميع تراخيص البناء إلا بالشروط التي توضع مستوحاة للوضع الجديد في المنطقة وعمل خريطة مساحية لجميع الأراضي التي تملكها الدولة في تلك المنطقة وعرض هذا الأمر على لجنة على أعلى مستوى يتحقق فيها التكامل للمتخصصين في التخطيط العمراني والسياحي للاستفادة القصوى من المشاريع التي ستتم مع إزالة جميع الاشتغالات العشوائية ويمكن تخصيص منطقة مناسبة على الساحل الشمالي القريب من المطار ويخطط بطريقة

ناجحة تعادل التجربة الناجحة الموجودة حاليا في شرم الشيخ في خليج نعمة أو خليج نبق وهي مثل يحتذى به في التخطيط السياحي والعمراني والفكر المصري صاحب الذوق الرفيع بحيث يخصص هذه المنطقة كمركز للجذب السياحي العالمي للساحل الشمالي الذي يتمتع بمياه لازوردية لا مثيل لها في العالم حيث أن المسافة من المطار حتى الساحل الشمالي الذي لا يبعد كثيرا عن المطار الجديد تعتبر قريبة نسبيا - كما يجب أن يكون الطريق للمطار من بداية الطريق الصحراوي واسع مع تخطيطه وتخضيره جيدا بالإضافة لمساحات خضراء وأشجار زينة ومزود بمحطات بنزين وخدمات وسوير ماركت ومركز إسعاف وتليفونات كروت العملة ولوحات إرشادية على طول الطريق باللغات العربية والانجليزية والفرنسية - وعموما فإن هذا الفكر نأمل أن يشعر المسافر من المطار الجديد أنه في أحضان عبق التاريخ ومتمتعا بإمكانات العصر من تسهيلات وتكنولوجيا وتمدين .

ولعل العرض السابق ينبع من مشاهداتنا في المطارات العالمية التي كان لنا حظ زيارتها وكانت الرؤية السابقة نابعة من حلم يراود كل محب لبلاده في أن تكون في مصاف أرقى الدول والتي لم تصل في حداثتها أو حضارتها القديمة إلى ما وصلت إليه مصر .

ولختتام هذا الجزء لابد أن نعرض لوضع المطارات في أوروبا سوق الطيران العالمي والتي تخدم المدن الكبيرة والتي تجذب آلاف بل ملايين الركاب لعل سبيل المثال مطار امستردام لحد المطارات العالمية كان أول استخدام له في ١٩٢٠ وكانت سعته ١٥,٧ مليون مسافر ، ٥٨٠ ألف طن بضائع وقد وصل استيعاب المطار في عام ٢٠٠٣ إلى ٣٠ مليون راكب وسيتم إعداد خطة للتطوير ليصل عدد الركاب إلى ٥٠ مليون راكب في عام ٢٠١٥ .

أما مطار فرانكفورت التي استخدم للمرة الأولى عام ١٩٢٤ وتعامل مع ٣٠ مليون راكب ، ١,٢ مليون طن بضائع سنة ١٩٩٠ ووصل الركاب بما يزيد عن ٤٠ مليون راكب عام ٢٠٠٠ .

وهناك تطوير سيتم بحلول عام ٢٠١٠ ، أما مطار هيثرو فهو أهم أربع

مطارات تذ.م لندن . أما باريس فيخدمها مطارين رئيسيين هما شارل ديغول ومطار أورلي ويقال أن سعة مطار شارل ديغول للتعامل ما بين ٨٠-١٠٠ مليون مسافر سنويا . ومطار زيورخ ١٢,٨ مليون مسافر عام ١٩٩٠ .

كان ذلك عرضا سريعا لبعض المطارات في أوروبا لنوضح أن المطارات هي شريان رئيسي من شرايين حركة السياحة .

### الركيزة السادسة : الرياضة ..

لرياضة مرتكز هام من مرتكزات التنشيط السياحي في الوقت الحالي . فالسياحة الرياضية يمكن لها أن تسهم مباشرة في إنعاش السوق السياحي المصري حيث لم تجن مصر فيها بعد ثمرة حقيقية تمثل إقاداتها من التسويق المتمثل لهذه الصناعة على العكس من كثير من دول العالم التي حققت إفادة ذات مردود عالي من العائدات لهذه الصناعة - وقد أكدت وزارة السياحة عام ١٩٨٦ على أنه يجب علينا استغلال الإمكانيات الطبيعية المتاحة في مجال السياحة الرياضية حيث أن انتعاش حركة الرياضة العالمية وتعدد اللقاءات على المستويات الإقليمية والدولية وتحرك أعداد كبيرة من اللاعبين والمشجعين والإعلاميين إلى أماكن إقامة هذه اللقاءات أصبحت من أهم اهتمامات السائحين ورغبتهم .

ويشير الكتاب السنوي لكلية الترويج والسياحة بجامعة بلكنجهام شير ٢٠٠٢ إلى أن الرياضة تقدم فوائد اقتصادية مباشرة للدول والمناطق والمحليات كما أنها تتكفل بشكل مباشر في إعادة تنمية المدن وتحسين للصحة ونوعية الحياة لكل من الفرد والمجتمع ، كما أنها وعن طريق غير مباشر تسهم في خفض تكاليف العلاج والرعاية الصحية والإقلال من الجريمة أو الحد منها كما أنها تقدم نوع من الكبرياء الوطني عند تحقيق الفوز والنجاح - وحيث أن قطاع السياحة على رأس القطاعات التي تدعم الهيكل الاقتصادي للدولة وركيزة أساسية من ركائز التقدم ويمثل ذلك القطاع صناعة المستقبل - لأن صناعة السياحة قد نمت وتضاعفت بصورة كبيرة وشديدة لتصبح قوة اقتصادية واجتماعية وسياسية على مستوى العالم لجمع ويجب علينا أن نستغل ذلك للنمو لصالح الدولة - فالسياحة الرياضية

كصناعة حديثة تفرض نفسها بطريقة فعالة ومؤثرة بحيث يمكن أن تسهم مباشرة في إنعاش السوق السياحي للمصري ، وقد أظهرت دراسة علمية أن الوزن النسبي للسياحة الرياضية يشكل نسبة ١١,٣% من إجمالي أنواع السياحة الأخرى وهي نسبة كبيرة يجب استغلالها الاستغلال الأمثل والاهتمام بها خاصة وإذا علمنا أن السياحة الثقافية لمصر بما تحويه من آثار وحضارة وتاريخ لم تعد تمثل إلا نسبة ١٠% فقط فلم تعد السياحة تقتصر على زيارة المناطق الأثرية التي خلفها الأجداد والتي مازالت تجذب الكثير من كافة بلاد العالم ولكن أغلبية الناس يفضلون قضاء الإجازات وأوقات الفراغ في ممارسة أو متابعة أوجه النشاط الرياضي وعلى ذلك أصبحت سياحة العصر هي السياحة النشطة .

في عام ١٩٨٤ أورد السيد / عادل طاهر الذي كان وزير السياحة وقبلها رئيس الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وأحد الخبراء السياحيين ذوي الرؤية الثاقبة أنه مع تطور العصر الحديث بدأ الاتجاه لتطويع مناسبات رياضية لخدمة السياحة - كما كانت السياحة في خدمة الرياضة من قبل حيث بدأت الأفكار تتجه إلى جذب سياحي جديد عن طريق إقامة المسابقات والمناسبات الرياضية المختلفة التي تحقق للجذب السياحي المستمر سواء كان ذلك الجذب من المشاهدين والمتابعين أو من الممارسين المشاركين في المسابقات والمناسبات الرياضية ويرى الدكتور اشرف الميداني الحاصل على الدكتوراه في السياحة الرياضية أن المنتج السياحي المصري لا يزال يفتقر إلى التنوع والتغيير وهو ما يجعل المنافسة مع الدول السياحية الكبرى صعبة لأن التنوع في مصادر الجذب السياحي هو أحد أهم أسباب نجاح صناعة السياحة في الوقت الراهن وقد أكد ذلك الدكتور صلاح عبد الوهاب صاحب الباع الأكثر طولاً في المؤلفات السياحية والخبرة الأكثر عمقا والأبحاث الأكثر شمولاً حيث أوضح عام ١٩٩١ أنه لا تزال السياحة في مصر حتى هذا الوقت تعتمد على السياحة الثقافية وسياحة الآثار فقط وكلاهما باعتبار أن مصر تتجمع بها ستة حقبات حضارية قديمة وهي في ذلك البلد الوحيد في العالم ولقد في عام ١٩٩٣ على أن أهم الاعتبارات التي تحكم التنمية السياحية هو تطيل التكلفة والمنفعة بحيث تزيد المنفعة على التكلفة ليس فقط على الأمد القصير ولكن



على الأمد السعيد كذلك ، ويتفق ذلك مع ما تحققه السياحة الرياضية من طول مدة الإقامة وكيفية إنفاق السائحين وتكرار الزيارات - كما أن الدولة التي ترغب في تنمية السياحة الدولية إليها يجب أن تبدأ في تقييم جميع مواردها السياحية وتصنيفها وفقا لقواعد موضوعية وكمية وقد أجمل السيد / عادل طاهر سنة ١٩٨٤ فوائد السياحة الرياضية فيما يلي :

١. الإعلام المباشر وغير المباشر قليل وأثناء وبعد الحدث الرياضي .
٢. توعية الشعوب رياضيا وسلاحيا .
٣. للجنة العامة للفنادق وأماكن الإقامة على اختلافها .
٤. لزيادة الحركة والقوة الشرائية في البلاد .
٥. تشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها .

ويتفق الدكتور لشرف الميداني مع هذا الرأي ويقرر في رسالته للمجستير علم ١٩٩٨ - والتي كان لنا شرف المشاركة في مناقشتها - أن ذلك يتفق مع ما رآه الدكتور صلاح عبد الوهاب عام ١٩٩١ لأن المصالح الرياضي سيحقق الانتظام والتكرار في زيارة دولة المقصد السياحي سواء للاشتراك بالمسابقات أو متابعتها وعلى جانب آخر سيحقق مستوى إنفاق عالي ومتميز لعدة أسباب منها :

١. طول مدة إقامة السائح في دولة المقصد .
٢. غالبا ما يكون المتابعين للمباريات من ذوي الإنفاق العالي .
٣. رواج الأسواق والمنتجات خلال هذه المسابقات .

ويرى الدكتور نبيل الروبي أن السياحة من الوجهة الرياضية توفر فرصا واسعة لممارسة النشاط الرياضي وخاصة تلك التي تتطلب في إعدادها تزويدها بالمعدات والإمكانات الخاصة سواء كانت تستغل الإمكانيات الطبيعية أم المصنعة أما بالنسبة للرياضة فلها من الوجهة السياحية تشجيع رغبات الأفراد وتجعلهم يترددون على الأماكن التي تحقق هذه الرغبات وتطيل من مدة إقامتهم فيها وتجعلهم يتمتعون بها ففلسفة السياحة الرياضية هي وجهاً لعملة واحدة الوجه الأول هو الترويج السياحي في مواسم الركود والوجه الثاني هو التنشيط لرياضة

معينة واستغلالها في المواسم الراكدة سباحيا وجنبا لهواة هذه الرياضة .

وعلى ذلك ومن خلال نظرة سريعة على هدف كلا من السباحة والرياضة نجد أن كلاهما مشترك في نفس الهدف ويعتمد على جذب مختلف شعوب العالم إلى اللقاء في أماكن متفرقة ومختلفة ومحبة للنفس وتقريبا لوجهات النظر وكسرا للجمود بين الشعوب من خلال لقاءات الشباب وتعريفهم على عادات وتقاليد الآخرين ، فالسباحة الرياضية إذا بالإضافة إلى اعتبارها من أهم عوامل الجذب السباحي الحديثة حيث تحقق التنوع والتغيير في مصادر الجذب السباحي - فإنها تسهم في تحقيق الذات وإشباع الدوافع والرغبات وتأكيد النواحي الاجتماعية والروحية والعاطفية فهي إذا كنشاط إنساني على درجة كبيرة من الأهمية ليس فقط في جانبها الاقتصادي لكن أيضا من النواحي الاجتماعية والسياسية والبيئية والتعليمية وفي مؤتمر السباحة الرياضية الأول الذي إقامته منظمة السباحة العالمية W.T.O. عام ٢٠٠١ ذكر مارتن براكنري أن الخلط والمزج بين السباحة والرياضة وخاصة في المناسبات الرياضية الكبرى يتزايد كما أن تلك المناسبات تعتبر لعدد من الدول استثمارا كبيرا من أجل تغيير الفكرة عن مدينة محددة أو الدولة ككل ، وفي نفس المؤتمر أكد دايو ديفلرز أن السباحة والرياضة أصبحتا احد المكونات الأساسية للثقافة العالمية في الوقت الحالي - وكل منهما يشكل خبرة قديمة للتعبير الإنساني وقد ساهمت السباحة والرياضة للدولية في إجراءات نجاح العولمة والسلام العالمي - أيضا فرانسيسكو فراتجالي يقرر في نفس المؤتمر أن الشركات العالمية العاملة في مجال لترويج للأنواع الجديدة من العطلات تعتمد على الثقافة الرياضية اعتمادا أساسيا لان المناسبات الرياضية وعلى المدى الطويل تعمل على تقوية المركز الدولي للسباحة ونقل روح البلد المضيف لتلك المناسبات .

نخلص من كل ما سبق إلى أن الدورات الرياضية والبطولات سواء كانت عالمية أو قارية أو أولمبية قد أصبحت تحقق رولجا عظيما للدولة المضييفة الأمر الذي أدى إلى التداخل السياسي للدول لتتال شرف تنظيم مثل هذه البطولات نظرا لما تحققه من مكاسب جمة تجنيها للدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات وعلى

سبيل المثال : الألعاب الاولمبية في سيدني باستراليا عام ٢٠٠٠ تعد أفضل وأحسن حدث مرت به صناعة السباحة في استراليا - وتزايدت أعداد الزوار لاستراليا للضعف بعد الدورة الاولمبية الأمر الذي يؤكد قوة تأثير السباحة الرياضية .

وإذا أخذنا مثال آخر وهو المملكة المتحدة التي نجحت بصورة كبيرة في البطولة السنوية للتنس بطولة ويمبلدون التي يتنافس على لقبها الأبطال العالميون ويتابعها مباشرة آلاف السائحين والمهتمين برياضة التنس من مختلف دول العالم الذين يقصدون بريطانيا في ذلك الوقت من كل عام - ويتحقق من جراء ذلك زيادة في الدخل ورواج السلع والمبيعات سواء الرياضية أو غير الرياضية وامتداد الليالي السباحية طوال مدة البطولة مما يزيد من عدد الليالي السباحية كما أنه يحقق النوعية المتميزة لسباح هذه الرياضة وكذلك التميز في كيفية الصرف والشراء ومثل هذا الحدث يتابعه الآلاف عبر شاشات التلفزيون والجراند ويتردد اسم الدولة عشرات المرات مما يؤدي في النهاية إلى رواج سباحي .

ومن هنا نشير إلى تجارب مصرية ناجحة وإن كانت لا تقارن بالإنجازات التي تحدث بالخارج فطى سبيل المثال بطولات الاسكواش التي تقام في مواقع سباحية متميزة في ظلال الأهرامات أو الفريدة ويمكن أن تقام بطولات في مختلف الألعاب سواء فردية أو جماعية - وهناك تجربة مارسها الإسكندرية في نطاق السباحة الدلخية وهي إقامة الدورات الصيفية وبالرغم من أنها كانت تدعم من المحافظة إلا أن لها مردود سباحي يتمثل في طول مدة إقامة الفرق المشاركة في الفنادق المختلفة وكانت هذه الدورات وكذلك دوري الشركات الذي يقام كل عام في غير موسم الذروة ينشط المدينة سباحيا ودرجة كبيرة .

والرأي الذي يجب أن تعتقه الدولة لنجاح السباحة للرياضية أن يجتمع خبراء السباحة وأساتذتها مع المختصين في المجلس الأعلى للرياضة لوضع سياسة البطولات الرياضية وإن تتم دراسة هذه البطولات دراسة واقية وتوضع شروط لإقامة هذه البطولات مع وضع كافة التفاصيل الدقيقة لكل حدث من حيث مناطق

إقامة البطولات وأماكن الإقامة وطرق ووسائل المواصلات وتقييم التسهيلات  
المختلفة واعتبار أن الرياضة السباحية أو السباحة للرياضية من أهم مرتكزات أو  
منطلقات التشجيع الرياضي .

## الفصل الخامس



## الركيزة السابعة : المؤتمرات والمهرجانات ..

تعد المؤتمرات والمهرجانات ركيزة هامة من ركائز التنشيط السياحي ونجاح دولة ما في عقد المؤتمرات ونجاحها في إقامة المهرجانات يضفي على هذه الدولة قيمة سياحية تعود عليها بأفضل النتائج ، وقبل أن نوضح الأهمية الكبرى للمؤتمرات والمهرجانات علينا أن نستعرض في عجلة لمحة تاريخية عن المؤتمرات والمهرجانات وأيضاً الاجتماعات والمعارض وحيث ترتبط المعارض والاجتماعات بالمؤتمرات ارتباطاً وثيقاً .

### لمحة تاريخية عن الحفلات والمؤتمرات والمعارض والمهرجانات :

لأن الإنسان كائن اجتماعي لا يستطيع الحياة بمفرده ، ولا بد من وجوده في تجمعات أو أسر أو عشائر أو قبائل أو قري أو مدن - الأمر الذي يحتاج فيه الناس إلى مناقشة اهتماماتهم ويجرون مفاوضاتهم نحو حل ما قد يعترضهم من مشاكل أو لوضع نظم وقواعد جديدة لحياتهم وتجارتهم وأساليب معاشهم وأيضاً لوضع خطط حروبهم أو مفاوضات سلامهم مع جيرانهم - وكانت الأماكن التي تجمع هؤلاء البشر لهذه المناقشات أو حتى لتنظيم الاحتفالات العشائرية في النظم البدائية - كانت تعتبر هذه الأماكن مراكز لتجمعهم ثم مع مرور الزمن تطورت لتصبح مراكز للتجارة ولتبادل المنافع - وتطورت لتصبح هذه المراكز محوراً لتحسين الخدمات المقدمة فيها ومحور هام من المحاور الاقتصادية البدائية .

ومع مرور الزمن تم إنشاء منظمات ومؤسسات لحل المشاكل ودياً وكانت هذه المنظمات أو المؤسسات تتناسب مع عصرها وتفي بالفرص الذي أنشأت من أجله ثم وضع قوانين وتنظيمات للبيع والتجارة ، وكان الجانب الديني له دوره في وجود هذه التنظيمات ولكن لم يكن له أنشطة كذلك التي تتم الآن في الاجتماعات والمؤتمرات .

وقد شعر الناس بإمكانية مساهمة هذه الاجتماعات في تحسين مجتمعاتهم وبأهمية هذه الاجتماعات .

وفي أواخر القرن السابع عشر قلم مجموعة من رجال الأعمال في ولاية مينشجان الأمريكية بعمل اجتماع وقاموا بتطوير فكرة هذا الاجتماع واعترفوا بعد ذلك بإمكانية مساهمة الاجتماعات وتم تطوير هذا المفهوم ليعتبر الخطوة الأولى لعقد مؤتمر ولنشأت مكاتب ودوائر رسمية هدفها جذب الاجتماعات والتنظيمات ليتم استضافتها في مدينة نيترويت الأمريكية .

وكان تنظيم هذه الاجتماعات أو المؤتمرات يمر دخلاً جيداً ثم بدأت العديد من المدن تحذو حذو هذه المدينة وأتبع نفس الأسلوب إلي أن قام الاتحاد الأمريكي للغادق والموتيلات كتتظيم متخصص في ما سمي وقتها صناعة استضافة للجمهور ، وفي منتصف القرن العشرين عام ١٩٤٩ م بدأت صناعة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض في النمو بصورة كبيرة وأصبحت هذه الصناعة جزءاً من صناعة الفندقة .

لما المهرجانات فقد بدأت باعتبارها حفلات يجتمع فيها الناس للاستمتاع بما يقدم لهم من شتى أنواع الفنون ثم اتجه التفكير إلي الاستفادة من جانبية وتميز بعض الأماكن لتكون مكاناً لإقامة للمهرجانات أو الاحتفال بحدث يؤدي إلي توافد الجماهير إلي مكان إقامة الاحتفال بهذا الحدث ولهذا نشأت علاقة وطيدة ووثيقة بتخطيط المقاصد السياحية وتتميزها لخلق عنصر جذب لهذه الأماكن للاستفادة بها في سياحة المهرجانات أو الأحداث.

ومصطلح سياحة المهرجانات أو الأحداث الخاصة يعد حديثاً نسبياً ومن أوائل من كتب مفسراً وموضحاً لهذا الموضوع هو كاتب أمريكي يدعي " دونالد جيتز " الذي أكد في مؤلفه القيم أن المهرجانات والمناسبات العلمية التي تنظم بها الاحتفالات لها أهميتها خاصة بعد أن أصبحت من الأنماط السياحية الحديثة فسياحة المهرجان هي حدث أو ظاهرة اجتماعية تجمع الثقافات الإنسانية .



## أولاً : علاقة صناعة الفنادق بأنشطة المؤتمرات والحفلات :

من الأهداف الرئيسية لسياحة المؤتمرات تحقيق التعارف ، والتفاهم بين أبناء التخصص الواحد علي مستوى الدول المختلفة المشاركة في المؤتمر ، فمثلاً إذا كان هناك مؤتمر طبي في أحد فروع الطب سيحضره العديد من الأطباء من مختلف أرجاء العالم كل منهم له أبحاثه وتجاربه الذي يهيمه أن يعرضها وتسجيل هذه الأبحاث وتلك التجارب باسمه وسوف يطلع ويستمع إلي أبحاث وتجارب الآخرين من باقي المؤتمرين من مختلف الدول الأمر الذي يثري العلم والتجارب العلمية ويوسع نطاق المعرفة - وتتلاقى الأفكار وتخرج التوصيات ويتبادل الخبراء المعلومات وتقوي العلاقات العلمية الأمر الذي يثري حياة الإنسان وزيادة وعيه وثقافته وعلمه ويمكنه الوقوف علي ما وصل إليه الآخرون وينشأ عن هذا التلاقي العلمي استفادة المجتمع مما طرح في المؤتمر من أبحاث أو آراء أو أفكار . إذا هذه المؤتمرات العلمية تثري العلم بالإضافة والتجديد والبحوث المستحثة والتجارب الجديدة ، هذا من الناحية العلمية أو التطبيقية التي عقد المؤتمر من أجلها . ويستفيد من المؤتمر هؤلاء المؤتمرين الذين حضروا المؤتمر . وعلي الجانب الآخر فإن أهمية المؤتمرات وأهدافها بالنسبة للفنانيين وللباد الذي أقيم فيه للمؤتمر لها آثار اقتصادية واجتماعية وسياسية .

وأهم هذه الآثار هي الآثار الاقتصادية وذلك لما تحققه سياحة للمؤتمرات من زيادة في الدخل وزيادة في حصيللة الدولة من النقد الأجنبي - بالإضافة إلي أن معدلات العمالة في مثل هذه المؤتمرات تكون في أعلى معدلاتها ، وإذا افترضنا أن تنوع أنماط السياحة في بلد يؤدي إلي زيادة إيراداته - فما القول في سياحة تتمتع بكبر قدر من تحقيق الإيرادات ، هذه السياحة هي سياحة المؤتمرات لأن معدل إنفاق السائح الذي يحضر لمؤتمر ما مرتفع جداً . فلا يخفى أن مدة بقاءه وإقامته في البلد الذي يوجد به المؤتمر تكون أطول من بقاء السائحين القادمين في الأنواع الأخرى من السياحة ولأن رجال الأعمال والمهنيين الذين يشاركون في هذه المؤتمرات دليماً ما يكونوا أكثر دخلاً ويعتبرون من أصحاب الدخل المرتفعة

الأمر الذي يؤدي إلى إنفاقهم أكثر مقارنة بالأنماط الأخرى من السباحة .

وأصبحت الدول التي تقام بها مؤتمرات بصفة مستمرة ومعروفة علي مستوى العالم تحقق فوائد اقتصادية كبيرة جداً . فسياحة المؤتمرات في هذه البلاد تساهم بشكل مباشر في زيادة الدخل القومي وتزويد من فرص العمل وبالتالي تقلل من مشكلة البطالة وتقلل من التضخم وتزيد الدخل من العملات الصعبة .

وإذا نظرنا إلى دولة كالولايات المتحدة الأمريكية فهناك آلاف المؤتمرات وآلاف الاجتماعات وقدر عدد المشاركين في هذه المؤتمرات والاجتماعات بحوالي ٩٠ مليون أنتجت دخلاً يقارب للـ ٤٥ مليار دولار . ومثل هذه الإنفاقات القوية تعمل علي دعم الاقتصاد القومي وتوفر فرص عمل ونسبة إشغال عالية بالفنادق .

هذا بالإضافة إلى الرواج التجاري فسائح للمؤتمر يتمتع - كما قلنا - بمعدل إنفاق عال وبالتالي فإنه يشتري أفضل السلع ويقيم في أفضل الأماكن ويرتاد أماكن الترفيه والتسليه.

هذا عن البعد الاقتصادي في سيطرة المؤتمرات أما البعد الاجتماعي فمن أهم الآثار لسياحة المؤتمرات هي دعم ثقة الشعب الذي تقام في دولته أو في مدينته المؤتمرات بالإضافة إلى كسب علاقات اجتماعية جديدة وزيادة التواصل الحضاري والثقافي والعلمي والفني بين أهل البلاد المضيف للمؤتمر والمؤتمرين القادمين من الخارج .

وإذا تطرقنا للحديث عن البعد السياسي للمؤتمرات فإن الواقع يؤكد أن الدول التي تقام فيها المؤتمرات وبصفة مستمرة توصف بأنها من الدول التي تتمتع باستقرار سياسي وأن الأمن والأمان مستتب فيها الأمر الذي يشجع علي مزيد من المؤتمرات . أما إذا كان هناك اضطرابات أو أحداث سياسية أو خلل أمني أو نقص في الشعور بالأمان فإن ذلك من أهم الأسباب التي تؤدي إلي قصور وقلّة استضافة المؤتمرات والاجتماعات .

نقول - مع دعاء من الأعماق - أن تستمر حالة الاستقرار الأمني في

مصر فقد شهدت البلاد مؤتمرات ذات صفة عالمية وحضرها رؤساء العديد من الدول في شرم الشيخ وتقام أيضاً في ممرز للمؤتمرات بالقاهرة العشرات من المؤتمرات والمعارض الدولية وكذلك قاعة المؤتمرات بالإسكندرية ، لأن أحد ركائز إقامة المؤتمرات هو التأكيد على الاستقرار السياسي واستتباب الأمن .

وعلى سبيل المثال حدثت واقعة في منتصف التسعينات بعد أن شهدت مصر بعض الأحداث المؤسفة عامي ١٩٩٣ ، ١٩٩٤ أن جمعية مقرها في إنجلترا كانت تريد الاحتفال بأحد أكبر الشعراء الإنجليز وهو " لورانس داريل " وهو شاعر كتب عن الإسكندرية رباعية تعتبر من لوقي ما كتب شعراً عن الإسكندرية وهو الذي قال عن الإسكندرية أنها " النهر للبسم " وهو الذي قال " أن البحر المتوسط بحر صغير للغاية - إن عظمته وامتداده تاريخه يجعلنا نتخيله أكبر مما هو عليه الآن - إلا أن الإسكندرية لا يقل واقعها عما يمكن تخيله عنها " - هذه الجمعية أرسلت لإحدى عضواتها - وكانت رحمها الله أستاذة الأدب الإنجليزي بكلية التربية وزوجها وهو أحد أساتذة الطب المرموقين بالجامعة والمتميزين علمياً ولديها أرسلت الجمعية رغبتهما في زيارة الإسكندرية وعقد لاجتماع لكل أعضائها وعمل مؤتمر لهم بالمدينة - إلا أن خشيتهم من الحالة الأمنية تجعلهم يفكرون في عقد المؤتمر في مكان آخر - وقد عرض هذا الأمر على المسئول السياحي بالمدينة فلم يتوان لحظة واحدة وكتب إقراراً على نفسه وتحت مسؤوليته أن عقد هذا المؤتمر سيكون تحت إشرافه المباشر وتحت مسؤوليته الشخصية باعتباره لواء شرطة سابقة وباعتباره المسئول السياحي الأول في المدينة وانه سيكون مصاحباً لأعضاء المؤتمر في كل تحركاتهم وقد أرسل هذا الإقرار بالفاكس لمسئولي المؤتمر - أتمت للرحلة وحضر أعضاء الجمعية جميعاً حتى من كان قد اعتذر خشية للحوادث الإرهابية - وقلموا بمقد مؤتمرهم بأحد الفنادق التاريخية بالمدينة - وتجولوا في شوارعها واستمتعوا بإقامتهم التي استمرت عدة أيام - وعقد عودتهم لبلادهم أرسلوا شكراً لأنهم سحوا بمقد مؤتمرهم في المدينة التي عشقها لورانس داريل وإنهم ميعطون لدى معارفهم وأصدقائهم مدى ما شعروا به من استقرار وسعادة .

ولأن المؤتمرات تزايدت وكثرت علي مستوي العالم وخاصة أن هذا العالم أصبح قرية كونية وساعدت التكنولوجيا الحديثة في تقريب المسافات (إلا أن العنصر الإنساني ما زال له أثر هام في الاتصالات بين الأشخاص) . بعضهم ببعض لتقريب وجهات النظر والتشاور والتداول ، فمع زيادة عدد المؤتمرات وتزايد حجم الأعمال علي مستوي العالم وحركة التبادل التجاري والاقتصادي بين الدول وتقريب المسافات لاستعمال الطائرات ظهر الطلب علي عقد المؤتمرات والاجتماعات والمعارض الدولية والمحلية ، وقد ارتبط نشاط المؤتمرات والاجتماعات والمعارض بقطاع الفنادق وأصبح يمثل أحد شرائح السوق التي تعمل الفنادق علي اجتذابها وتوفير الخدمات والتسهيلات لها . بل أن هناك بعض الفنادق يتم إنشاؤها بفرض تقديم خدمات لأنشطة المؤتمرات والاجتماعات والمعارض .

ونحن نتحدث عن المؤتمرات نلحق بها كلمة الاجتماعات ، فالفارق بين المؤتمرات والاجتماعات بسيط ، فالاجتماعات دائماً ما تكون أقل عدداً وحجماً وتجذب أعداداً صغيرة ولا تمثل أهمية للجمهور العامي ، وهذا لا يعني أنها غير مهمة ، فمن المؤكد أن الاجتماعات الصغيرة تعتبر تجسيدا للمؤتمرات وأيضاً هناك اجتماعات سنوية لبعض الشركات الكبيرة تجذب عدة آلاف من المساهمين - وتتجه الاجتماعات إلي الانعقاد في فترات بعيدة بعضها قد يستغرق شهراً أو حتى سنة كاجتماع الشركات السنوية للمساهمين أو الاجتماعات التي يدعي لها المسوقون لسلعة معينة يعرض عليهم فيها آخر ما توصلت إليه الشركات من إنجاز أو خطة العمل في المرحلة القادمة .

وعلي ذلك فقد أصبحت كلمتي مؤتمر أو اجتماع قد تم استخدامها لوصف كثير من المناسبات المتشابهة .

وعلي ذلك فلا بد من وجود خطة شاملة للمناسبة سواء كانت اجتماعاً أو مؤتمراً وتشمل هذه الخطة أسلوب تنفيذ الاجتماع أو المؤتمر أو لمن يعقد هذا المؤتمر أو الاجتماع - وما الذي ينبغي تحقيقه من هذا المؤتمر أو الاجتماع ومتي يتم انعقاده وأين يتم إنعاقده - فالوقت الذي يمر بين التخطيط والتحضير والتنفيذ

للمؤتمرات : بل إلى عدة شهور وأحياناً سنوياً خاصة للمؤتمرات الكبيرة للعدد التي تناقش مواضيع عامة ولها صفة الندوة ، وعلى سبيل المثال يعد المؤتمر الدولي للروتاري إلى ٧٥ أكبر المؤتمرات على الإطلاق وكان في بريطانيا واستطاع أن يجذب أكثر من ٢٣٠٠٠ من المؤتمرين من عدد ١٤٨ دولة ولنا أن نتبين الجهد والوقت الذي يحتاجه مؤتمر بهذا الحجم من المنظمين له - وبالمثل فإن بعض الاجتماعات السنوية لشركات الاتصالات أو البترول والتي تجتذب عادة عدة آلاف من المساهمين وعلى أوسع نطاق.

ونظراً لهذه القيمة وهذه الأهمية للمؤتمرات يعكس ما يطلق عليه في بعض الأحيان صناعة المؤتمرات .

ولهذا إدراك رجال الفنادق أن نشاط المؤتمرات يمكن أن يجلب لهم أرباحاً كبيرة حيث أن متوسط إنفاق المشتركين في المؤتمرات يكون عادة ضعف إنفاق السائح العادي وأن المشتركين من دول خارجية أكثر إنفاقاً من المشتركين المحليين .

### العوامل التي ساعدت على الاهتمام بإقامة المؤتمرات :

١. ازدياد اتجاه دول العالم إلى التعاون والتقبل فيما بينهم لخلق جو من التواصل والتكامل في المجالات المختلفة سواء العلمية أو الثقافية مما يساعد على انتشار السلام .

٢. برامج الأمم المتحدة في جميع دول العالم حول قضايا جديدة تهمهم مثل مؤتمرات السلام ، حماية البيئة ، مكافحة الإرهاب ، حماية المرأة والطفل .

٣. ازدياد عدد اتحادات منظمي المؤتمرات ومكاتب تسويق المؤتمرات ، والتي تقوم بالتنظيم للمؤتمرات وتوفير كافة الخدمات اللازمة لنجاحها .

٤. تطور الطيران واتساع شبكة خطوط الطيران الدولية والمحلية لتغطي جميع أنحاء العالم وما بين المناطق المختلفة داخل الدولة الواحدة مما يجعل التنقل أكثر سرعة وراحة وأمان ، كذلك توافر شبكات النقل الداخلية سواء بالسيارات

أو الأتوبيسات أو المترو .

٥. التطور التكنولوجي الهائل في مجالات الاتصالات بالأقمار الصناعية وتوافر الوسائل السمعية والبصرية والمساعدة علي تبادل الأفكار والآراء مما يسهل الاتفاق والتنسيق لعقد المؤتمرات .

٦. ظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات بها تضم قاعات مجهزة بأحدث الأجهزة السمعية والمرئية والمعدات اللازمة للعرض والترجمة الفورية وغيرها .

٧. مساهمة الفنادق بدور فاعل في تنظيم المؤتمرات بها وتقديم كافة سبل الراحة لأعضاء المؤتمر من إقامة مكولات وإعداد برامج ترفيهية في فترات الفراغ .

وقد تكونت من بعض الدول الأوروبية جمعية مهتمة بالأعمال السياحية والفندقية التي تصاحب إقامة المؤتمرات والاجتماعات وهي الجمعية الأوروبية لمدن المؤتمرات European Federation of Conference Towns وتصدر الجمعية نشرة سنوية تهدف إلى تسويق خدمات هذه الدول علي مستوى العالم عن طريق بيان ما تتميز به كل مدينة وما يتوفر بها من خدمات وإمكانات علمية ومزارات سياحية وأماكن ترفيهية للمؤتمرين .

وتشترط هذه الجمعية في المدن التي تضم إليها ما يلي :

١. يتوافر بها مراكز للمؤتمرات أو أماكن تصلح لإقامة المؤتمرات وتواجد بها المعدات المطلوبة .

٢. أن يتواجد بها فنادق ذات مستوى سياحي عالي بالقرب من مراكز المؤتمرات .

٣. بها شبكة مواصلات مريحة وميسرة لسهولة انتقال المؤتمرين .

٤. لها موقع سياحي متميز يسمح بإعداد برامج للرحلات الترفيهية .

٥. أن تتميز بالهدوء والأمن مما يضمن الراحة والمتعة لزوارها .

## تطور سياحة المؤتمرات في مصر :

هناك العديد من الفنادق بمصر تتضمن «عات متعددة الأغراض لعقد المؤتمرات الدولية ، والمحلية مثال : شيراتون / شبرد / ماريوت / الهيلتون / السلام / هيات / وسميراميس وغيرها .

كما أنه يجب الإشارة إلى وجود قاعات مؤتمرات في الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء وفي جامعة القاهرة وفي معهد التخطيط القومي .

وأخيراً بدأت مصر تدخل بخطى ثابتة في مجال سياحة المؤتمرات بإنشاء قصر المؤتمرات الدولي بمدينة نصر بمساعدة الحكومة للصينية ، وإنشاء مركز آخر للمؤتمرات بجامعة الإسكندرية بالشاطبي في أولخر الثمانينات .

وتعمل وزارة السياحة بالاشتراك مع الاتحاد المصري للغرف السياحية علي إنشاء شركة لإدارة قصور المؤتمرات في مصر والتسويق لها بالخارج وهناك اتجاه آخر يطالب بإنشاء هيئة قومية ذات طابع اقتصادي للمؤتمرات تتمتع بذاتية وشخصية معنوية تحت إشراف وزير السياحة مثل باقي الدول السياحية المتقدمة في سياحة المؤتمرات .

## أهمية سياحة المؤتمرات في مصر :

تعتبر سياحة المؤتمرات والمعارض ، التي تعد صناعة في حد ذاتها نمطاً سياحياً بالتعبئة لمصر ومع ذلك فقد نجحت مصر في دخول مصر عصر المؤتمرات الدولية للكبرى بعد نجاحها في تنظيم مجموعة واسعة من المؤتمرات الدولية والمعارض علي مدي السنوات الماضية .

وقد ساعد علي هذا النجاح وجود مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات الذي افتتح رسمياً في ١٥ / ١٢ / ١٩٨٩ م ، وخضع منذ ذلك الحين - لعملية مستمرة من التطور والإضافة والتجديد .

كما ساعد علي انتعاش سياحة المؤتمرات والمعارض في مصر أيضاً

حرص وزارة السياحة علي الترويج لهذا النمط السياحي الهام الذي يتميز بعدة خصائص منها :

« نوعية المشاركين في المؤتمرات والمعارض الدولية وهم يمثلون في الغالب شريحة مستتيرة تنتمي إلي مجموعة متنوعة من الدول ، مما يساعد علي ترويج سياحي مضاعف لثولة المضييفة للمؤتمر أو المعرض في أكثر من سوق سياحي خارجي .

« المعائد الاقتصادي المرتفع للسياحة المترتبة علي عقد المؤتمرات والمعارض الدولية لارتفاع المستوي الاقتصادي والتعدي للمشاركين في المؤتمرات الدولية ، وتميزهم بالقدرة العالية علي الإنفاق .

« ترسيخ ذهنية إيجابية عن المقصد السياحي الذي يتم عقد المؤتمرات به فيما تطلق بحالة الأمن والاستقرار وتوافر القدرات التنظيمية .

### ثانيا : المهرجانات

يعرف المعجم الوجيز " المهرجان " بكسر الميم بأنه احتفال يقام ابتهاجاً بحادث سعيد أو لمناسبة هامة سواء كانت تاريخية أو اجتماعية أو فنية . والمعنى العربي لكلمة Festival طبقاً لقاموس المورد هو ابتهاج أو بهجة.

أما في المعجم الوسيط فإن كلمة مهرجان مشتقة من كلمة فارسية مركبة تتكون من جزئين الأولي " مهر " ومعناها شمس و " جان " ومعناها الحياة أو الروح وأن المقصود باستخدام كلمة مهرجان - هو احتفال يقام ابتهاجاً بحادث سعيد أو إحياء لذكرى عزيزة . والتعريف الموسوعي لكلمة " مهرجان موسيقي " وفق ما ورد في دائرة معارف كولومبيا أنها سلسلة من العروض الموسيقية يجري تنظيمها لخدمة موضوع معين أو فكرة معينة .

وتعريف المهرجانات وفق ما جاء في دائرة المعارف الأكاديمية الأمريكية فإن المهرجانات تقام بشكل عام لخدمة قطاع السياحة في البلدان التي تقام فيها إذ تعد المهرجانات الناجحة عاملاً من عوامل الجذب السياحي الأمر الذي دفع كثيراً



من البلدان إلى إقامة مهرجانات سنوية ثابتة كل عام ، فنجد مثلاً أن المهرجانات الناجحة تبلغ في أوروبا ٤٠ مهرجاناً سنوياً بينما في الولايات المتحدة تبلغ ١٧٥ مهرجاناً .

وأخيراً تعرف المهرجانات أيضاً أنها من أشكال السياحة الترفيهية والتي تدفع السائح للمشاركة بالحضور في أحداث خاصة ذات طابع مميز وجذاب .

وهذه هي تعريف كلمة المهرجان التي أطلقنا عليها والتي يهتما أن نوضح أن كل هذه التعاريف تمثل لدينا ولدي لكافة ممن يطلع عليها مفهوم كلمة " مهرجان " وأن هناك فروق بسيطة بين كل تعريف وآخر وهذه الفروق قد تتلاشي إذا أيقنا أن الهدف الرئيسي من إقامة أي مهرجان هو لقتناص البهجة والابتهاج والسعي إلى إبطال المعاناة والسرور علي من يتابعون هذا المهرجان أو هذا الحدث ويدون ذلك فإن المهرجان يكون قد تم تعريفه من مفهومه الأساسي ومضمونه الرئيسي ألا وهو البهجة والابتهاج والسرور .

#### تاريخ المهرجانات والاحتفالات عبر العصور:

الأمر الذي لا شك فيه لدينا أن المهرجانات بدأت في مصر القديمة وإن كانت لا تحمل الطابع الحالي للمهرجانات التي يقصد بها الآن تنشيط وتنمية الحركة السياحية للبلدان التي تعقد فيها الاحتفالات أو للمهرجانات ، وإنما كانت عبارة عن احتفالات دينية أو دنيوية تتميز بطقوس خاصة ، وتحديثا كتب التاريخ المصري القديم عن مولد الحضارة ونشأتها وترينا المناظر المسجلة علي اللوحات ، الاحتفال بالنصر أو تتويج ملك يابس التاج ويجلس علي العرش وقد اصطف وراءه كبار الموظفين ويقف أمامه حملة الأعلام ، وتظهر الآثار التي عثر عليها لملوك الأسرتين الأولى والثانية ما وصلت إليه حضارة مصر في ذلك العهد المسبق وللي الاحتفالات ، كما أنه كان هناك احتفالات معروفة قبل الأسرة الأولى بزمن كبير - وأن ملوك الأسرة الثانية ٢٩٨٠ - ٢٧٨٠ ق . م كانت لهم أعيادهم وطقوسهم في بعض الاحتفالات .

وهكذا يثبت التاريخ أنه في الأجيال البعيدة تفاعلت جميع عناصر الحضارة

في مصر حتى استقرت علي أوضاع خاصة ارتضوها لأنفسهم ووجدوا أنها تعبر تمام التعبير عما يريدون سواء في الدين أو الفن أو الحياة ، وكان المصريون القدماء أول من أقام القاعات الفسيحة للاحتفالات وكان هذه القاعات ذات أعمدة وكثروا يجلون في إضاعتها إلي جبل أعمدة العمر الأوسط أعلي قليلاً من الأعمدة الجانبية وبذلك يدخل الضوء من خلال فتحات من السفين .

وكان المصريون القدماء محبين للموسيقي كما أحبوا الحركة والإيقاع وجبهم لذلك وجههم إلي اختيار النوع السلس البسيط من الإيقاعات وما أنصف بالرشاقة والانسجام ، وكانت الأغاني هي السيل إلي نشر العلوم والقوانين بين الناس وامتازت بجمعها بين الجد واللهو شأن أغاني الشعوب التي اكتملت حضارتها ونضجت ثقافتها - يؤدي أبناؤها واجبهم مخلصين ثم لا يغلون في الوقت نفسه نصيبهم من مسرات الحياة ، وكانت الأغاني المصرية القديمة تتناول مديح الآلهة وللحض علي عمل الخيرات والحث علي العناية بالروابط الاجتماعية كما كانت تميل إلي ذكر العمل والقيام بالواجب ، وكان المصري القديم يغني في البيت والطريق وأثناء العمل وفي كل مكان وعند كل مناسبة . وكانت الموسيقي عند قدماء المصريين فناً محترماً مقبلاً يستقنون اتصاله بالعلوم المقدسة الأخرى وبخاصة للديانة والفلك .

وكما أحب المصريون القدماء الموسيقي والغناء أحبوا أيضاً للحركة والإيقاع - وقد صلح للتعبير الحركي تصفيق الأيدي والدق علي السدوف ثم صاحبه جميع الآلات الموسيقية المعرفة آنذاك .

وقد تبين لطماء الآثار من دراسة الصور الجدارية بالمعابد أن الرقص الثنائي والرقص الجماعي والرقص الدرامي والرقص الحربي والرقص الديني ، والرقص الغنائي والرقص الحركي .

إذا فإن ما ذكرناه من استهلال هذه الفقرة من أنه لا شك لدينا أن المهرجانات بمعناها الواسع سواء كانت احتفالات أو مناسبات قد بدأت في مصر القديمة يؤكد ما سبق مرده فيما ورد في كتب التاريخ وما تم تصويره في اللوحات

ثم إذا انتقلنا إلى الحضارة اليونانية وصلنا بالحضارة المصرية القديمة ، فقد شهد تاريخ الفكر المصري المعاصر تأكيداً لهذه العلاقة القديمة بين الحضارتين المصرية القديمة واليونانية ، ففي عام ١٩٣٨ م أصدر عميد الأدب العربي الدكتور / طه حسن كتابه " مستقبل الثقافة في مصر " أكد فيه أن اليونانيين في عصورهم الراقية كما كانوا في عصورهم الأولى يرون أنهم تلاميذ المصريين في الحضارة وفي فنونها الرفيعة بنوع خاص - وهناك باحث أمريكي يدعي " بارنال " أصدر كتاباً عام ١٩٨٧ م أي بعد الدكتور / طه حسين بنحو نصف قرن ، أكد فيه أن الحضارة اليونانية كلها من أصل فرعوني - وكان المؤرخ اليوناني المشهور " هيرودوت " أول من قال أن المدن الإغريقية كلها مصرية قديمة - وهذا ما أكدته " مارتن بارنال " من أن مصر الفرعونية هي أم حضارات البحر المتوسط وثقافة المنطقة كلها وليست إحدى الحضارات ، وأن مصر كانت ملتقى الأجناس من كل لون .

وكانت فتوحات الإسكندر الأكبر إيذاناً لعصر جديد تنتشر فيه حضارة اليونان وفكرهم وفلسفتهم وتمتزج بالحضارات المختلفة وتختلط تلك الشعوب والأمم فيما بينها .

ويذكر التاريخ أن الإسكندر الأكبر أقام المباريات الرياضية والحفلات المسرحية والموسيقية التي اشترك فيها بعض الفنانين البارزين من بلاد اليونان ، وبالتالي فهذه أول مرة يقام فيها مهرجان دولي أو احتفال إذ أن مشاركة أجناس من خارج البلد في احتفال أو مهرجان أو حدث يصيب هذه الاحتفالات بالصيغة الدولية.

ويذكر أيضاً أن الإسكندر الأكبر عقد زواج ثنائي من المقدونيين البارزين علي زوجات فارسيات ، وهذا كان في احتفال كبير - ويذكر أيضاً أن الإسكندر الأكبر كان يقيم المهرجانات والاحتفالات لجنوده وهو في طريقه إلى البلاد التي غزاها أو فتحها ووصل إلى الخليج الفارسي والهند ، وكانت هذه الاحتفالات يحضرها الآلاف من جنوده وزعماء المدن التي يغزوها وكان يشارك فيها الفرسان علي خيولهم وكذا لاعبو الأكروبات ، وكانوا يستخدمون الحيوانات في مسيرات

الفرق الموسيقية والخيول وكذلك المهرجون .

ولم تكن الألعاب الأولمبية الشهيرة ذات طابع قومي فحسب بل دولي أيضاً - وحتى إلى يومنا هذا - ولذلك فإن تسجيلها وتعددها كان بمثابة مرجع دولي للأحداث التاريخية بصفة عامة .

ويمكن أن نذكر عن الفنون اليونانية في عبارة موجزة أنه فن دنيوي من أجل الإنسان فالفن اليوناني يتخذ الإنسان محوراً أساسياً يدور حول حاجاته وتطلعاته ورغباته لذلك نجد أن أضخم الآثار اليونانية وهي المسارح تتسع لعشرين وثلاثين ألف من المشاهدين ، وهذه المسارح لم تكن تقام لحفل واحد وإنما لاحتفالات عديدة لإسعاد الجماهير وهذا في حد ذاته مفهوم المهرجان في الوقت الحالي .

ويقول الأستاذ الدكتور / حسين الشيخ في كتابه " تاريخ حضارة اليونان والرومان " أن اليونانيين عبدوا ديونيزوس بوصفه إلهاً خاصاً بهم من دون للناس وكانوا يحتفلون في أعياده بإقامة المهرجانات الصاخبة والشعائر الدينية - وقد نشأت الدراما أي المسرحية من الاحتفالات والأعياد ومن الطقوس والرقصات والأغاني التي كانوا يتشدقونها ومن الموكب التي كانوا يقيمونها وهم يضربون الصنج ويحملون المشاعل ويلبسون الأقنعة ، وكان المكان المكرس للحفلات يسمى مسرحاً .

ثم نصل إلى العصر الإسلامي ولا ننسى أن العرب قد تعلموا من الحضارات السابقة عليهم شتى أنواع الفنون فنشأت الفنون الإسلامية نشأتها شأن كثير من مظاهر الحضارة الإسلامية علي أساس قويم من اجتماعيات الإسلام ثم تطورت علي يد الشعوب المختلفة التي اعتنقت الإسلام - وكذلك فتح الإسلام الأذهان إلي أهمية الفنون في الحياة وأن الفن ليس لخدمة الدين أو خدمة الملوك كما كان الحال قبل الإسلام ولكن ينبغي أن يكون في خدمة الحياة الدنيا وفي خدمة الناس جميعاً لا فرق بين غني وفقير وبين حاكم ومحكوم لكي يخفف عنا بعض متاعب الحياة فيكون لنا مهرباً نلجأ إليه ونلوذ بحماه وحتى ينقلنا بأنغامه ويكمل

لذواته التعبيرية إلى عالم السحر والجمال إلى عالم نستمتع فيه بالهدوء والنشوة الروحية وبالإشراح والخطبة التي تغذي النفس وتشرح الصدر .

وعلم الألمان عند العرب قديم وهو مراقق لنظم الشعر أما الآلات فكان عندهم المزمار والنفير والطبل والدف أو الطار والصنج ، وأول ضرب بالدف عند ظهور الإسلام بالمدينة المنورة كان من فتيات بني النجار وأول غناء تغنت به النساء والصبيان في المدينة عند قدوم الرسول عليه الصلاة والسلام حينما تغنوا " طلع البدر علينا من ثنيات الوداع .... الخ .

ثم بتتابع السنين والقرون وظهور الأولياء الصالحين وإقامة المساجد وحب المسلمون لهؤلاء الأولياء ، بدأت الاحتفالات بالموالد وأعياء ذكرى هؤلاء الأولياء ، ففي غرة شهر رمضان الكريم كان الخليفة الفاطمي يخرج في لباس فخم من باب الذهب بقصره في موكب يضم الوزراء بملابسهم المزركشة وخواصهم ورماحهم وأسلحتهم المكتفة بالذهب والفضة يتقدمهم الجنود وفرق الموسيقى وينضم إلي الموكب تجار القاهرة والصيارفة والصاغة وجموع الناس وفي الطريق توزع الصدقات علي الفقراء والمساكين وعندما يصل الخليفة لقصره يوزع البدائير والهدايا من خزانة الكموة الخاصة .

ومن أعلام العصر العربي في مصر أبو الحسن الشاذلي وأبو العباس المرسي ومسيدي بشر الجوهري ومسيدي جابر الأكصاري وأبو القاسم القباري وأبو عبد الله الشاذلي والشاعر الصوفي شرف الدين البوصيري الذي نظم الشعر في مدح النبي عليه الصلاة والسلام وله ديوان من للشعر المنظوم ويعد من خير شعراء المذاهب النبوية وأشهر قصائده " البردة " - والسيد أحمد البهوي بطنطا ومسيدي إبراهيم النسوتي بنسوق ومسيدي عبد الرحيم اللقاوي بقنا .... وغيرهم كثير .

وقد امتازت هذه الاحتفالات والتي يمكن أن يطلق عليها مهرجانات بتجميع أعداد كبيرة من محبي ومريدي هؤلاء الأولياء حول خليفة كان يمثل صهوة جواده ويسير في ختام أسبوع الاحتفال في موكب تحفه الموسيقى وحاملو الأعلام

والدفوف والصناعات علي عربيات تجرها الخيول ومحاط بالجنود المشاة والخيالة والجميع يرتدي ملابس مزركشة ومزينة وتطلق الأهازيج والمدائح وتذق الدفوف ويسير هذا الموكب مخترباً شوارع المدينة من مقر هذا الخليفة إلي المسجد الذي يحتفل بميلاده صاحبه ، وينتهي الاحتفال بعد إقامة صلاة الجمعة - هذا الاحتفال والذي يطلق عليه العامة كلمة " المولد " هو مهرجان بكل ما تحمل هذه الكلمة من معاني وإن كانت هذه المولد قد تقلصت أخيراً فيما يتعلق بالموكب فلم يعد هناك صناعات وقلت العربيات التي تجرها الخيول وتغيرت أساليب الاحتفال.

هذه لمحة تاريخية عن المهرجانات أو الاحتفالات عبر العصور وفي عصرنا الحالي الذي اتخذت فيه شكلاً آخر تبعاً لطبيعة الحياة والتغيرات التي حدثت في المجتمعات وفي أنواق الناس وطرق استمتاعهم ، فبعد أن كان الاستمتاع بالمشاهدة للحرفين في عرباتهم أصبحت موكب الزهور ويدلاً عن التواشيع يذكر الله أصبح هناك ما يسمى بالكرنفال لفرق الفنون الشعبية .

### **مفهوم سياحة المهرجانات أو الأحداث الخاصة حالياً :**

أصبحت سياحة المهرجانات من الأنماط السياحية الحديثة ولها أهميتها الخاصة بالإضافة إلي أنها أصبحت منتجاً سياحياً ، وتلعب دوراً هاماً في تنمية المقاصد السياحية .

والمهرجانات والمناسبات العامة التي يتم الاحتفال بها موجودة في كل المجتمعات ، وتثير المؤشرات إلي أن هناك زيادة كبيرة في أعداد وأنماط هذه المهرجانات ، وتلك المناسبات خلال السنوات العشرين السابقة ، وبالنظر إلي هذه المهرجانات أو الأحداث الخاصة تدرجاً من الأولمبيات والمهرجانات ذات الطابع الدولي مروراً بالمهرجانات الإقليمية ثم المهرجانات المحلية نجد أنها تعد من أكثر أنماط الترفيه والأنشطة السياحية متعة وأكثرها في استثمارها كمقاصد جذب سياحية .

وتستغل المنظمات السياحية شعبية هذه المهرجانات أو الأحداث بتنظيم البرامج السياحية المناسبة لها ومع ذلك لا تصل كل المهرجانات والأحداث إلي المستوى الذي تصبح عنده عناصر فعالة للجذب السياحي - وأحياناً تفشل هذه المناسبات في المساهمة في تنمية المجتمع إما لمواءمتها أو الفشل في إدراجها ضمن خطط التسويق لهذه الأحداث أو لقصور في الهدف من إقامتها .

ويعد مصطلح سياحة الأحداث أو المهرجانات حديث نسبياً ، ويعد الأمريكي " دونالد جيتز " أول من كتب مؤلفاً قيماً عن المهرجانات والأحداث الخاصة وكان ذلك عام ١٩٨٩ . " Festivals , Special Events and Tourism " ووفقاً لمؤلف " دونالد جيتز " هذا الذي ندعي أننا كنا أول من استفاد منه استفادة كاملة وحاولنا نقلها للآخرين ، وهذا ما سنوضحه فيما بعد ، إلا أننا نعتقد أنه من المفيد لمن يتصدى لعمل مهرجان أو يستوعب ما ورد في هذا المؤلف استيعاباً جيداً ونورد مثلاً عملياً لما حدث في مهرجانين أقيما بالإسكندرية عامي ١٩٩٢ ، ١٩٩٦ وما حدث في هذين المهرجانين ومدى تطبيق ما ورد في الدراسات العلمية - ومدى الاستفادة منها والنتائج المترتبة علي ذلك - ولكن قبل أن نتطرق إلي تفصيلات سياحة الأحداث نود أن نقرر أن المهرجانات تعد فرصة رائعة للتعرف علي صناعة السياحة المصرية وما توفره من عناصر جذب سياحي وإمكانيات سياحة بوصفها أداة تسويقية مؤثرة وتساعد مصر علي اللحاق بركب التقدم السياحي ، فالبلد الذي يتمكن من غزو السوق السياحي الدولي بمنتجاته السياحية ليس هو من يملك مقومات سياحية أكثر ولكن هو من يستطيع تسويق هذه المقومات .

ولسياحة المهرجانات قدرة فائقة علي تنمية المقصد السياحي لما لها من دور في خلق عناصر جذب سياحي وبالتالي يمكن الاستفادة منها في الارتقاء بالعديد من المناطق الأثرية والحضارية وبما يتناسب مع طبيعة مصر كمقصد سياحي متميز .

أنواع المهرجانات أو الأحداث طبقاً للمفهوم الحديث :

حاول " جيتز " Getz في كتابه " Event management and Event Tourism " أن يصنف الأحداث المهمة إلى ثمانية أنواع وهذه الأنواع هي أحداث مخططة ويمكن أن توجد في جميع الثقافات :

#### ١ - الاحتفالات الثقافية وتشمل :

للمهرجانات .

للكرنفالات .

لأحداث الدينية .

للعروض .

للتراث .

لإحياء تكري .

#### ٢ - الاحتفالات الفنية وتشمل :

للحفلات الموسيقية .

للعروض الفنية الأخرى .

لمعارض فنية .

لأحتفالات الجوائز .

#### ٣ - العمل والتجارة وتشمل :

للمعارض والأسواق والمبيعات .

لعروض التجارة والمستهلك .

لمعارض تجارية .

#### ٤ - المناسبات الرياضية وتشمل :

لمسابقات المحترفين .

لمسابقات البالغين .



٥ - مسابقات الناشئين .

٦ - الراليات .

٧ - تطهيرة وعملية وتشمل :

٨ - قاعة البحث ( بقيادة خير ) وحلقة المناقشة .

٩ - عيادات طبية .

١٠ - مؤتمرات .

١١ - ترفيهية وتشمل :

١٢ - للتسلية .

١٣ - الأحداث الممتعة .

١٤ - أحداث سياسية وتشمل :

١٥ - تولي للرئاسة .

١٦ - تقليد منصب أو رتبة .

١٧ - زيارات الشخصيات المهمة .

١٨ - الأحداث الخاصة وتشمل :

١٩ - الاحتفالات الشخصية .

٢٠ - الذكرى السنوية .

٢١ - أجازات عائلية .

٢٢ - حفلات الجاليات .

أما بالنسبة لسياحة الحدث طبقاً لتعريف جيتز فتتنوع أنواعها إلى الآتي :

١ - إن المهرجان هو حدث أو ظاهرة اجتماعية تجمع جميع الثقافات الإنسانية ولكن من أجل الحصول على تعريف دقيق للمهرجان يجب مراعاة أصل هذه المهرجانات بالإضافة إلى مراعاة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لهذه المهرجانات والمناسبات العامة الأخرى ..

ولهذا يمكن تعريف المهرجانات بالمفهوم السابق إلى أنه :

١. احتفال ديني أو دنيوي يتميز بطقوس خاصة .
٢. الاحتفال السنوي بشخص أو حدث بارز أو الاحتفال السنوي لحصاد منتج ما .
٣. حدث ثقافي يتكون من سلسلة من العروض في مجال الفن وعادة ما يكون خاص بفنان واحد .
٤. المعارض .

إن أفكار المهرجانات غالباً ما يتم تحديدها عن طريق القيمة الثقافية لأن الدور الاجتماعي والمعنى الرمزي للاحتفال يزداد بدرجة وثيقة بسلسلة من القيم للصريحة التي يعتبرها المجتمع ضرورية لهويته الاجتماعية وتواصله التاريخي وتعايشه الطبيعي ونظرة العالم له . وهكذا يحتفل المهرجان بكل هذه الأشياء .

#### المهرجان كاحتفال ديني :

إن علماء الاجتماع عادة ما يستخدمون مصطلح " ديني " أو " غير ديني " عند الإشارة إلى الاحتفالات . فهذه التفرقة ضرورية بين المناسبات ذات الطبيعة الدينية والمناسبات الغير دينية ولكن بالرغم من ذلك فقد اثار بعض علماء الاجتماع حديثاً أن الاحتفال الديني والاحتفال الغير ديني غير متعارضين .

فقطي مسيل للمثال : الكرنفالات عادة ما تكون ذات أصل ديني ولكنها أصبحت الآن تتميز بطابع يسوده المرح . ولكن البعض الآخر يصدر علي أن الاحتفال الديني هو فقط للمهرجان الحقيقي لأن المحتفلين يدركون من خلاله الحقيقة الكبرى التي تعطيههم نظرة أكثر عمقاً للحياة اليومية .

#### المهرجان كاحتفال يهدف أو شخص ما :

إن المهرجانات الشائعة هي التي تحتفل بالحصاد أو المناسبات الدينية والتاريخية ومختلف المناسبات الثقافية وقد طأت هذه المناسبات والمهرجانات الشعبية محل للمهرجانات الدينية لكونها الأفضل من ناحية تقديم المجتمعات . أن الهدف في إقامة عادات راسخة وإحساس بالانتماء هو حقاً ما يبحث المجتمعات

علي إقامة . . . رجانات .

والاحتفال العلم هو اصل جميع مهرجانات بنض النظر عن طبيعته التي قد تكون دينية أو غير دينية فجميع المهرجانات يجب أن تكون عامة وهو ما يجبطها تختلف عن الحفلات والاحتفالات الخاصة وهذا لأن جميع المهرجانات لها معني اجتماعي وثقافي للمجتمع بأكمله .

إن المهرجانات أيضاً يجب أن تكون ذات مغزى ولو كان هذا المغزى حفي . هذا المغزى يمكن أن ينعكس عن طريق أسم المهرجان مثل احتفال تراثي " A celebration of our Heritage " .

ويمكن أيضاً أن يحمل المهرجان قيم مشتركة مثل مهرجانات الربيع والحصاد . وهكذا يمكن تعريف المهرجان وفقاً لما ذكره " جيتز " علي أنه " احتفال عام ذو مغزى " .

كما أن مصطلح " مهرجان " يشمل الكثير من المعاني ولذلك يجب أن يشمل التعريف أصل معظم المهرجانات بالإضافة إلي أفكارها وهذا يميز المهرجان عن باقي المناسبات الخاصة الأخرى .

إن دراسة المهرجانات والأحداث يكشف الكثير عن حياة المجتمع للرمزية والسياسية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية لأن المناسبات تنشئ اتصال بين الناس والجماعات في المجتمع للولد وبين المجتمع والعالم ككل .

أولاً : المعني الرمزي الذي يحملها المهرجان : . . .

إن المهرجانات والأحداث لها دور فعال في إظهار رموز المجتمع ، فطبي سبيل المثال عروض ورموز مهرجان " small Town " لعام ١٩٨٢ م تمثلت بالإحياءات التي تعكس القيم القومية والدولية مثل النقاء والجمال وروح الدعاية والدين والسياسة .

## ثانياً : المعاني السياسية :

إن الكثير من المناسبات الضخمة لها معنى سياسي خفي وقيمة رمزية عظيمة فمثلاً : لولمبيات لوس أنجلوس لعام ١٩٨٤ تعتبر مناسبة رياضية وفي نفس الوقت هي احتفال بالرأسمالية الأمريكية وإيجازاتها .

## ثالثاً : الثقافة الشعبية :

الأحداث أيضاً لها علاقة بالثقافة الشعبية للمجتمع ، أن بعض الأحداث تحديداً لها قدرة ساحرة علي الجذب فهي مناسبات لاجتماعية لا يمكن الإغفال عن حضورها فهي ذات شعبية كبيرة عند المشاهد العادي .

إن الفوائد الاجتماعية والثقافية للمهرجانات والأحداث يرجع إلي دورها في تنمية المجتمع وتعزيز العادات الثقافية وأيضاً في زيادة القرص الترفيهية .

إن قيمة الاحتفالات العامة ترجع إلي إسهامها في تحقيق مجموعة من الأهداف .

فقرص الترفيه التي تتضمنها الأحداث الخاصة يجب بالضرورة أن تهدف إلي تطور ثقافي واجتماعي. فمن يقيم مهرجان يكتسب القدرة علي القيادة واحترام الذات بجانب الخبرة في التنظيم وتعزيز روح المشاركة وقيم المجتمع الاجتماعية والثقافية .

## رابعاً : إقامة المهرجان لأسباب اقتصادية :

أقيمت سباحة المهرجانات والأحداث في المقام الأول كاحتفالات ترفيهية ولكنها تهدف إلي تنمية اقتصادية أو منفعة مالية ، وبالرغم من ذلك فهذه للمهرجانات والأحداث يمكن أن تتال رضا للمجتمع في حاجته إلي الترفيه ولا يمكن أيضاً تجاهل أن هذه الأحداث تعتبر في المقام الأول مصدر جذب سياحي لهذه المناطق وتؤدي إلي تنمية اقتصادية .

## دور سياحة المهرجانات في تنمية المقصد السياحي :

فيما يتعلق بتخطيط المقصد السياحي ، يمكن للمهرجانات والأحداث أن تلعب دوراً هاماً باعتبارها أحد أنواع الجذب السياحي وتأثيرها على الصورة السياحية ومنشطة لعوامل الجذب الغير مستقلة ، بالإضافة لكونها حافزاً لأنماط أخرى من التنمية وكذلك يمكن اعتبارها جزءاً من السيلحة البديلة التي تقلل من الآثار الجانبية للسياحة وتساهم في التنمية المتواصلة وتنمي العلاقة بين السائح والمضيف بصورة أفضل .

### المهرجانات كعامل جذب سياحي ومساهم في زيادة جاذبية المقصد السياحي :

إن الأحداث السياحية يجب أن تكون جزءاً لا يتجزأ من تخطيط السياحة الداخلية والخارجية معاً ، ويجب أن تقوم عوامل الجذب السياحي على التركيز على الزائرين المحليين ، أي أنه يجب عليهم أن يقوموا بتشجيع الأفراد على الرغبة في الحضور .

إن من أهم الخصائص المميزة لسياحة الأحداث أو المهرجانات دورها في جذب السائحين سواء محلياً أو دولياً ، وبالرغم من أن المنظمات القومية للسياحة تركز عادة على السياحة الدولية إلا أنه لا يمكن تجاهل حقيقة أن الأحداث والمهرجانات تعتمد في المقام الأول على المشاركين المحليين والإقليميين وأكدت على أن الأحداث تساعد على إبقاء السكان المحليين ومخزنتهم داخل البلاد بدلاً من السفر والسياحة خارج الإقليم أو الدولة . ويمكن قياس مدى قوة عوامل الجذب الموجودة بالمقصد السياحي في ضوء إعداد الأفراد الوافدين وكذلك التوزيع الجغرافي للسوق أو القدرة على المنافسة .

ونجد أن Marrson , Mill ( ١٩٨٥ ) استخدم مصطلح Drawing power ، أو اجتذاب القوى ، بمعنى أن الأفراد يكون لديهم الرغبة في السفر من أجل اكتساب تجربة أو الاستمتاع بالمشاهدة ، وهذا يتم التفريق بين الأسواق المحلية والإقليمية (الداخلية والخارجية) .

وعلى ذلك فإن سياحة الأحداث لا بد أن تستغل جاذبية أحداث ومهرجانات

معينة من أجل زيادة عوامل الجذب السياحية للمقصد السياحي ومنها :

#### أ - إطالة الموسم السياحي : ..

تواجه صناعة السياحة في كثير من الأحيان مشكلة الموسمية ، ألا أن الأحداث المتميزة يمكن استخدامها كوسيلة لإطالة موسم الذروة السياحية وتوفير موسم سياحي جديد ، فمثلاً الرياضات الشتوية يمكن استخدامها لتقديم موسم شتاء جديد في الأقاليم الشمالية وذلك لتقديم مسابقات رياضية أو كرنفلات شتوية ، وبالتالي نجد أن الأحداث يمكن أن تستغل ظروف معينة ، ويفضل المواطنون عادة الأوقات الخارجة عن الموسم السياحي من أجل ممارسة الاحتفالات الخاصة بهم وبالتالي فإن ذلك يعد من الأحداث التي يمر تغلب بها على مشكلة الموسمية .

#### ب - توسيع النطاق : ..

حيث تتركز السياحة الدولية في مناطق معينة ذات عوامل جذب خاصة فمثلاً للأحداث الخاصة والمهرجانات أن تساعد على زيادة انتشار الطلب السياحي في الأقاليم الأخرى وحتى إذا كانت الأحداث ليست بالقوة التي تجتذب السياحة الدولية إلا أنها يمكن أن تساعد في الدعاية للدولة بصفة عامة وفي تقديم برامج سياحية كاملة .

#### تنشيط عناصر الجذب والتسهيلات السياحية :

نحاول كل من المنتجات والمتاحف والأماكن التاريخية والترفيهية والمناطق الأثرية والمراكز التسويقية ومراكز المؤتمرات والمتنزهات أن تضيف أحداث إلي برمجتها لما بها من مزايا مختلفة منها :

١. تنشيط المنطقة فمثلاً من خلال أحداث ثقافية تجذب الأفراد إليها .

٢. حفز الزيارات المتكررة .

٣. تشجيع الأفراد على إحضار أصدقائهم وأقاربهم .

٤. جذب الإعلام إلي المنطقة .

فنجد أن المنتجات الشتوية والتي تشتهر بمسابقات الترحق على الجليد

ترغب في أن تصبح مقاصد ميلحية طوال العام وليست في موسم واحد ، نجد أن هذه المنتجات تستغل بعض المناسبات مثل المهرجانات الفنية الشعبية في فصل الصيف وتستطيع مثل هذه المناسبات جذب الدعاية للمنطقة وزيادة الطلب السياحي وتطوير الصورة السياحية للمنطقة .

وبالنسبة للمزارات التاريخية والثقافية ، ما الذي يدفع السائح إلى العودة لزيارة قرية محلية تاريخية ؟ إن هذه المزارات تشترك مع المتنزهات parks والمتاحف في جعل معدل المكسب والخصارة أو معدل الجودة والرداءة هو معدل تكرار الزيارة .

حيث أن الخدمات التي تقدمها هذه المزارات ثابتة وتعتمد على زيارات المجموعات المدرسية ومع ذلك فإن العديد من مديري هذه المزارات استطاعوا تحويل العرض البسيط للنمطي ليعصر جنب يعتمد على التفاعل بين الزائرين عن طريق إحياء التاريخ واستخدام الأحداث للتاريخية وخاصة عن طريق تنظيم المهرجانات والأحداث الخاصة الكبرى .

أما المتنزهات ذات الطابع الخاص فهناك قاعدة أساسية في تسويق المتنزهات ذات الطابع الخاص وهي أنه يجب إضافة عوامل جذب جديدة بترتيب زمني محدد يسمح برفع معدل تكرار الزيارة ، كما يمكن تحقيق نجاح مماثل عن طريق تنظيم برامج ترفيهية منتظمة خاصة عندما تتضمن أسماء مشاهير بالإضافة إلى المهرجانات والأحداث الخاصة الأخرى .

### الركيزة الثامنة : الفنون ..

البشر منذ بدء الخليقة على الأرض لجأوا إلى تلك الظاهرة المدهشة - الفن لأسباب كثيرة - حتى إننا لا نجد جماعة أو قبيلة - جنسا أو شعبا على مر العصور إلا ونجد أن له فنه ... لدرجة أنه يمكن أن نقول أن الإنسان لا يستطيع أن يعيش بخير فن ... معنى ذلك أنه ما دام هناك إنسان إذن فهناك فن - إذا فهناك الإنسان الذي ينتجه الفنان يتمثل ذلك في المصور والنحات والزخرفي والاديب

والشاعر والموسيقار وهناك أيضا العمل الفني نفسه القِطْع الموسيقية - للوحة - التمثال - بيوت العبادة ثم هناك المتلقي الذي يشاهد أو يسمع وأن يدرك هذا المتلقي ارتباط العمل الفني بالحجم وللزمن فالعمل الفني يجب أن يقاس بالقيم الفنية التي يحملها بين طياته ثم التناغم والتوافق ووحدة العمل الفني أما ما عدا هذا فليس من جوهر العمل الفني ، وللفن ينتقل من القلة إلى الكثرة ومن الهام أن يدرك المتلقي مدى الفرق بين الفن الجميل والتطبيقي - وللفن الجميل هو الفن الذي يتعلق بالبحث والتصوير والحفر والعمارة أي الفن المجسم في تمثال والفن المسطح الذي يؤلف صورة ، أما الفن التطبيقي فالمقصود به هو الفن الذي يخدم غرضا معينا يستعمله الإنسان في حياته كطباعة المنسوجات وزخرفة الأثاث والمصنوعات الجلدية ولا شك أن لكل عصر طرازه الذي يمثل في مجال الفنون لونا من السمات المميزة نلتمسه في مبانيه وتمائله وصوره كما أنه من المسلم له أن الفنون فيها ترويح وترفيه للإنسان حيث أنها تتجه بالنفس إلى أحاسيس وانفعالات ناتجة عن الشعور بالرضا والسرور الشخصي .

ومن وظائف الفن المرتبطة بالمجتمع تعريفه لنا بمدى تقدم ورقى الشعوب في العصور المختلفة ويمكن أن تعتبر الأعمال الفنية التي قام بها الفنانون المختلفون على مر العصور سجلا بملائهم وأعرافهم وأخلاقهم ودياناتهم فهي رموز مرئية للتاريخ القديم وذلك لأن الفنان كان دائما متأثرا بما يدور في مجتمعه من عادات وتقاليد واديان .

هذا عن الفن بصفة عامة وما يهمنا هنا أن نتحدث عن الفن المصري القديم لأن الفن في مصر القديمة أو الحديثة هو لحد المرتكزات الأساسية والهامة التي يمكن أن نسميهم بقدر وافر ويصورة مباشرة في عملية التنشيط السياحي - وقد تبين من دراسة الآثار والمتروكات التي وجدت في وادي النيل أن تاريخ الفن في مصر بدأ من العصور البدائية - حيث عثر على رسوم بدائية مسجلة على جدران الصخور العالية الموجودة على جانبي الوادي وتتكون هذه الرسوم من وحدات آدمية وحيوانية وتوضح مناظر الصيد المرسومة الاتجاهات التي كانت تدور بنفسية



الإنسان المصري الأول ، وقد بدأ الفن المصري كغيره من الفنون في بلاد العالم القديم في خدمة عقيدة البعث والخلود حيث آمن المصري القديم بوجود حياة ثانية أبدية بعد الموت وكان يعتقد أن الروح تعود إلى جسم الميت لذلك كان ولجبا عليه أن يحافظ على جسده بعد الموت من التلف - فحُط الجسد واعتنى بتشييد المقبرة أكثر من العناية بتشييد معالكنه الدنيوية . كما يتضح أيضا تأثير المعتقدات الدينية في حياة قدماء المصريين في المعابد الكثيرة التي تبارى الملوك في إقامتها لإرضاء الآلهة - لذلك تفاقى في عمارة هذه المعابد وأقام فيها تماثيل تمثل الآلهة - لذا يمكن أن نستنتج أن الاعتقادات الجدلزية والدينية هي التي حثت بالفرن المصري القديم أن يتبلور حول فكرة المقبرة والمعبد وكان هذا الفن الذي ازدهر لفترة طويلة دامت حوالي ثلاثة آلاف عام هو فن التشييد والبناء المعماري - واهم هذه الفنون تجسد في تشييد المقابر هرمية الشكل في عهد ملوك الأسرة الرابعة (خوفو - خفرع - منفرع) .

وكان لدى الفنان المصري مجال آخر في إظهار مقدرته الفنية في العمارة الدينية ويتضح ذلك في عمارة المعابد التي كثر ظهورها في مدينة طيبة عاصمة الدولة الحديثة وأشهر هذه المعابد معبد الملكة حتشبسوت بالدير البحري ومعبد الأكصر والكرنك بالأكصر ومعبد افو ونندرة من العصر البطلمي - كما بلغت صناعة فن النحت درجة كبيرة من الكمال الفني في عهد الدولة القديمة - ثم بعد ذلك نأى إلى الفن اليوناني الذي يوصف بأنه فن دنيوي من أجل الإنسان فبينما نجد أن اضخم آثار مصر القديمة بنيت بهنـف تخليد الملوك - نجد أن اضخم الآثار اليونانية على الإطلاق المبـارح التي تتسع لعشرين وثلاثين ألفا من المشاهدين الذين حولوا العمل المسرحي من مناسبة دينية إلى مناسبة دنيوية - يتعاملون من خلالها مع الفن والمجتمع والسياسة والقيم والمشاكل اليومية . أما الرومان فقد كان اهتمامهم بالفن ضئيلا وكان ينفقون المال في بناء الكباري والاسوار - والقنوات إلى أن أصبحت روما أكثر مدن العالم القديم عظمة في مبانيها وزخارفها - وكان الفن الروماني مستوحى من الفن اليوناني - إلا أن الفن اليوناني كان يحاول إبراز تصور الفنان للجمال فإن الرومان كانوا يركزون على تمجيد للتاريخ الروماني

وإيراز عظمة روما . وتأتي بعد تلك المرحلة مرحلة الفن القبطي وينسب اسم الأقباط إلى أهل مصر الذين دخلوا في الدين المسيحي في فترة حكم الرومان للقطر المصري وهم الشعب المصري الذي كان موجودا في مصر بعد انقضاء عصر الحكام الوطنيين لمصر على يد الإسكندر المقدوني عام ٣٢٢ ق-م واستمر وجوده في العصر اليوناني والروماني والمسيحي حتى الفتح الإسلامي - والفن القبطي نشأ وترعرع وتطور في خدمة الديانة المسيحية ويتميز الفن القبطي عن بقية الفنون بأنه فن شعبي نبع من إحصاسات للشعب المصري ولم يكن للدولة فضل كبير في ظهوره - إذن الفن القبطي هو أحد طرز الفنون المسيحية التي انتشرت في الشرق والغرب بعد زوال العقيدة الوثنية الرومانية حيث وجد الفنان المسيحي الفرصة والحرية والطمأنينة التي تسمح له بالتعبير في مجالات الفنون المتعددة وانتشر فن التصوير الديني في الكنائس والأديرة حيث وجه الأقباط عناية كبيرة إلى النحت وزخرفة الجدران والمحاريب بالأفريسكو الملون الذي يحتوي على موضوعات مستمدة من قصص الأنبياء والأحداث الدينية ثم تأتت إلى العصر الإسلامي حيث ولد الفن الإسلامي بظهور دين الإسلام وبلغ مرحلة النضج بعد انتشار الدين في عدد كثير من البلاد التي فرض العرب سلطانهم عليها حيث اتسعت رقعة الدولة الإسلامية فشمملت الشام والعراق ومصر وإيران كما انتشر الفتح الإسلامي غربا إلى الأندلس وشمال إفريقيا وشرقا إلى الهند وآسيا الوسطى وكذلك انتشر شمالا في صقلية وبلاد القوقاز وجنوبا في بلاد اليمن .

وإذا أردنا التحدث عن الفن الإسلامي الذي كان من أوسع الفنون انتشارا كان من الواجب علينا أن نتتبع ظهوره في هذه البلاد المختلفة إلا أن فنون هذه البلاد كانت متشابهة في جملتها على الرغم من التباين الموجود في جزئياتها وأهم عصور الفن الإسلامي هما العصر الفاطمي والعصر المملوكي - ولكي نفهم الفن الإسلامي يجب علينا أن نذكر الأسس التي قام عليها في نشأته وتطوره فمما لا شك فيه أن العقيدة الدينية كان لها أثر كبير في كراهية التصوير للأشخاص أو عمل تماثيل لهم - إلا أن الدين الإسلامي كان له دور كبير في ظهور كثير من الفنون وكانت العمارة بعناصرها المعمارية الزخرفية أول ميدان ظهرت فيه الفنون

الإسلامية بسخاء ولما لقي الفاطميون إلى مصر من شمال إفريقيا تطورت عمارة المساجد تطورا كبيرا بعد إنشاء للقاهرة وانشاء الحكام الفاطميون مساجد كبيرة أهم ما تبقى منها الأزهر التي تم بناؤه عام ٣٦١هـ - ٩٧٢م وهو أقدم مساجد العاصمة وجامع الحاكم - الأحمر - وجامع الصالح طلائع - ويحتفظ الجامع الأزهر بجميع عناصر تخطيطه الأولى على الرغم من أعمال التجديد والإضافة التي لحقت به في العصور الإسلامية التالية ويعتبر العصر المملوكي الذي انتهى سنة ٩٢٣هـ - ١٥١٧م الميلاد الذهبي لفن المعمار الإسلامي في مصر ويعتبر فن المخطوطات المصورة والتي تمتلك منها متاحف ومكتبات العالم الشيء الكثير من مميزات الفنون الإسلامية الرفيعة - وإذا استعرضنا في استعراض الفنون الإسلامية تجد الفنون للتطبيقية وفنون صناعة الخزف وصناعة الأواني الزجاجية والتي بدأت من عصور ما قبل الإسلام وتطورت تطورا كبيرا في مصر من بداية العصر الفاطمي حتى نهاية العصر المملوكي ثم إنتاج للتحف المعنونة وصناعة النسيج وطبع المنسوجات والسجاد الذي يعتبر لحد روائع الفن الإسلامي لما تميز به من دقة واتقان وتصميم والنقش على الخشب واستخدام المعاج في زخرفة التحف الخشبية أما الفسيفساء والمشتق هذا الاسم من أصل يوناني فلم يترك للفنانين المسلمون هذا الجانب من الفن إلا وتركوا فيه سجلا مرموقا وظهرت عنابة للفنانين المسلمين بالخط العربي والتذهيب .

كل هذا البحر الواسع بل المحيط للآخر بكل أنواع الفنون وعلى مدى الحقب التاريخية التي مرت بمصر إلا بوحى بلن الفن هو نتاج الاستقرار الذي تحقق للإنسان المصري القديم وإلى عصرنا الحالي - وبهنا أن نوضح أن الفن ومنذ نشأته وهو يخطو خطوات ثابتة نحو تأكيد أصالة وإبراز خصائصه والالتزام بضوابطه الأمر الذي يجعل من الفنون ميدانا خصبا ومجالا واسعا لكل العاملين في التشخيص السياحي لأعمال فكرهم وشحن همتهم وهمهم لإرساء مجالات عديدة لإبرازها كأحد عناصر أو ركائز عملهم ويأتي ذلك من خلال تفعيل ما ورد بالاحتهم من الدعاية في الداخل والخارج وإقامة المعارض التي يمكن أن تستوحى من الفنون التي نكرناها وكذلك المهرجانات وإن تكون نشرات الدعاية متضمنة

تاريخ الفن في مصر وفي محافظاتها المختلفة وتفكير المختصين في الاستفادة من الفنون المختلفة ستكون بمثابة قطعة من اللغز كبيرة المساحة وتحتاج إلى تـرزي أو مقصـدار فنان ليفصل من هذه اللغز أجمل حلة واروع زي لتلبسه الحضارات المختلفة فتبدو في صورة جميلة كعروس في ليلة عرسها .

ولا نستطيع أن نختم هذا الجزء عن الفن ودوره في تنشيط السياحة لمصر دون أن نتعرض للفنان الذي كان يرسم على جدران المقابر فكان يخطط أولا بالحبر الأحمر ثم يرسم ويصحح بالحبر الأسود وفيما يتعلق بالقلم الذي يستخدمه الكاتب فكان يصنع من نبات الحظا المعروف في اللغة المصرية القديمة وفيما يتعلق بالمادة التي يتم الكتابة عليها فكان هناك البردي والاستركا والعظم والعاج غير أن أكثرها شيوعا كانت البردي والاستركا وكانت صناعة الورق من نبات البردي علامة بارزة على طـزيق الحضارة وكانت نقلة كبيرة في حياة الإنسان فبدلا من النقش على الحجر وما يمثله من جهد ووقت بالإضافة إلى أن الكتابة على الحجر ليست عملية في شيء فالخطأ وارد وتصحيح الخطأ وارد وتصحيح الخطأ صعب ويتطلب أحيانا استبدال الحجر كما أن نقل الحجر حتى إلى المسافات القريبة يمثل عبئا كبيرا - لقد سهل ورق البردي نقل الثقافة والعلم والاخبار من مكان إلى مكان داخل مصر كما لعب دورا كبيرا في تسهيل الاتصال بين مصر ودول العالم الخارجي فاسهمت مصر القديمة في امداد الحضارات الأخرى بما لديها من حضارة مكتوبة على ورق البردي - ولأن البردي كان اختراعا فنيا مـصريا أصيلا فقد جرى تصديره من مصر إلى بعض الدول المحيطة بها - وهناك تصور أن ميناء بيبولوس (جيبيل حاليا) في لبنان يحمل اسما محرفا عن الاسم المصري القديم واليوناني للبردي ((بابرعاء)) وبابيريوس ولا شك أن هذا الميناء كان ميناء تصدير هذا الورق إلى دول حوض البحر المتوسط ولا نمجب إذا إذ كتب فيلسوف يوناني لزميله قائلا ((لم نعد نستطيع أن نكتب لأن البردي لم يعد يصلنا من مصر)) .

فاللن إذا لحد المنطلقات الهامة للعملية التنشيطية ويمكن أن يستفاد منه وتفعيله لاعطاء كل فناني العالم وكل معجب للفن بالمادة الدسمة التي تمكن هؤلاء

وهؤلاء أن يكون دافعا لزيارة مصر ويمكن عمل متحف متخصص للفنون عبر عصور مصر التاريخية يودع فيها نماذج من أنواع الفنون المختلفة أو حتى قطع أصلية مكررة - وقد تم الأخذ بهذا الفكر في المتحف القومي بالإسكندرية الذي يجمع كل الحضارات في طوابعه الثلاثة ولكن ما ننادي به هنا هو متحف للفنون المختلفة في العصور المتعاقبة .

### الركيزة التاسعة : أماكن الإيواء ..

الإيواء لفظ مشتق من كلمة "أوى" المكان واليه أوى أي نزل أو لجأ وأوى فلانا أي أنزله عنده (أوى يؤويه إيواء) أي أسكنه وأنزله وتأوى القوم أي أوى بعضهم إلى بعض والمأوى الذي يؤوى إليه . والفنادق والبُنسيونات وما يماثلها حينما تستقبل النزلاء وتقدم لهم المأوى والطعام والشراب تنمسا بينها وبينهم علاقة تعاقدية اصطلاح على تسميتها عقد الإيواء ويمكن تعريف عقد الإيواء بأنه بموجبه يقدم لحد المتعاقدين (الفندق) للمتعاقدين الآخر (الزبون) المأوى والمأكل أو المأوى فقط خلال مدة معينة لقاء اجر أو مقابل معلوم .

هذا تعريف لكلمة الإيواء ومشتقاتها والإيواء هو المرادف الحالي للفندقة والأقلمة سواء في الفنادق أو المنتجعات أو البُنسيونات أو بيوت الشباب أو للنزل وهي أيضا المرادف لكلمة الضيافة والتي أصبحت الآن صناعة الضيافة التي صارت ركنا ركينا من أركان صناعة السياحة فهذه الصناعة ظاهرة إنسانية قديمة ارتبطت بالسفر والترحال لأسباب مختلفة سواء للتجارة أو للحج أو للاستمتاع أو لأي سبب آخر من أسباب السفر والسياسة التي تعددت الآن والضيافة الآن أصبحت ظاهرة عالمية مركبة من عدة قطاعات وصناعات ولذلك وجب علينا ونحن نورد الضيافة أو الإيواء أو الفندقة كأحد مركبات التنشيط السياحي أن نعرض تحليلا شاملا ومتكاملا وتاريخيا أيضا عن الضيافة أو الفندقة أو أماكن الإيواء - ولعل مؤلف الامتدانة الدكتور مكي عمر بركات العميد الأسبق لكلية السياحة والفنادق تحت عنوان صناعة الضيافة بين الحاضر والماضي - قد قدم عرضا شاملا وتحليلا وفيها لصناعة الضيافة تاريخيا وحديثا - فكلمة السفر التي

توحي الآن بالمتعة والمغامرة كانت تعني في الماضي الكد والعناء فكلمة Trouel مشتقة من الكلمة الفرنسية Travail وكان الرومان أول من سافر على اليابسة لسفريات بعيدة لرغبتهم في التوسع في الإمبراطورية الرومانية وقد مهدوا وينسوا أول طريق في سنة ٣١٢ ق.م وفي عام ٢٠٠ بعد الميلاد كان للرومان طرق سريعة تمر خلال الإمبراطورية ولعل ذلك هو الذي أوجد عبارة ((كل الطرق تؤدي إلى روما)) وقد سافر اليونانيون للقدامى للاشتراك في الألعاب الأولمبية وبتدريج الديانات والمعتقدات الدينية المختلفة أصبحت رحلات الحج شائعة فالمسلمون يسافرون إلى مكة والمسيحيون يسافرون إلى بيت لحم والأماكن المقدسة - وبحلول القرن الثالث عشر أصبحت التجارة هي الغرض الأساسي للسفر وخلال عصر النهضة أي بداية القرن الرابع عشر أصبح السفر بغرض الثقافة والفنون هو الأكثر شيوعاً - وأصبحت باريس وفيينا وميونخ وفيينا هي المقاصد السياحية الهامة ، ولتشتت المنتجعات ومراكز الاستشفاء لاستقبال السياح من كل مكان .

وبتطور العلوم والمخترعات الحديثة وانضمام القطارات والسيارات والسفن التجارية ثم الطائرات أصبح السفر على بعد مرمى حجر من أي من راغبي السفر ولا يتطلب الأمر إلا إلقاء الرغبة والمقدرة على تكاليف الرحلة خاصة وأن هذه الوسائل قربت المسافات وقللت الوقت اللازم للانتقال من مكان إلى مكان أو من بلد إلى آخر - ومن هنا نشأت الفنادق والمطاعم لخدمة المسافرين وكالت أمريكا من أولى بلدان العالم التي بدأت بناء الفنادق - ولعل تأخر ظهور الفنادق في الشرق قديماً كان بسبب أن دول الشرق وحضارتهم كان من أهم صفاتها والى يومنا هذا اكرام الضيف ومن هنا جاءت كلمة Hotel وهي مشتقة من كلمة Hospital وكذلك كلمة Hospitality وهي لفظ باللغة الفرنسية تعني تقديم الرعاية والمأوى للمسافرين .

أما أصل كلمة فندق فلم يرد في اللغة العربية وكان مكان إقامة المسافرين يسمى الخان أما أصل كلمة فندق فهو مشتق من اللغة اليونانية من كلمة Pandoketa أو Pemdobia بعد أن وجدت علاقات بين الإمبراطورية اليونانية وبلقي شعوب الشرق وزيادة حجم التجارة فإذا انتقلنا إلى مصر والإسكندرية في

العصر الأيوبي حيث اسبغ صلاح الدين الأيوبي على ثغر الإسكندرية عنايته الملحوظة مما كان لها الأثر على المدينة ورفاهية أهلها وازدياد عمراتها ونشاط تجارتها الخارجية - وقد زارو المدينة الرحالة اليهودي بنيامين للتطيلي في السنوات الأولى لحكم صلاح الدين ٥٧٧هـ-١١٨٢م - كما زارها الرحالة ابن جبير بعد ذلك بنحو ١٧ سنة وهناك وصف للمدينة من كل من بنيامين للتطيلي وابن جبير وهذا الوصف بين عمراتها وجمالها وهو وصف صادق اينته الرسومات التي رسمت للمدينة في العصور الوسطى في القرنين الخامس عشر والسادس عشر - إلا انه ما يهمننا في هذا المجال أن في وصف ابن جبير إشارة إلى نوع جديد من المنشآت عرفتة الإسكندرية والثغور المصرية في العصور للوسطى وهو الفنادق التي كان يأوي إليها تجار الممالك والدول الأوروبية المختلفة ويسكنون في أعاليها ويعرضون بضاعتهم في أسفلها - وقال بنيامين "وتأتيها من الهند للتوابل والعطور بأنواعها فيشتريها تجار النصرى - ولتجار كل لمة فندقهم الخاص بهم ، وهم في ضجة وجلبة يبيعون ويشتررون وهو وإن لم يشر في وصفه إلى مكان هذه الفنادق أو يصفها إلا إننا نستطيع أن نرجح أنها كانت تقوم لدخل المدينة بالقرب من باب البحر الذي كان يطل على الميناء الشرقي مباشرة وهو مكان رسو سفنهم أي حيث يقوم حي المنشية وشارع الميدان حاليا .

أما الأمير قجماس الاسحاقي الظاهري وهو من سلاطين المماليك الذي ولي نيابة المدينة من سنة ٨٧٥هـ إلى ٨٨٠هـ فإن للمراجع تذكر انه بنى بها مسجدا خارج باب رشيد وأثنأ إلى جانبه تربة له - وخلفا يأوي إليه المسافرين لينالوا شينا من الراحة قبل دخولهم المدينة .

وإذا انتقلنا بالزمن من القرنين ١٥ ، ١٦ إلى القرن الثامن عشر حيث ولي محمد علي باشا واليا على مصر في عام ١٨٠٥ فبدأ عملية تحديث وتطوير مصر وقد شغل محمد علي باشا حبا بمدينة الإسكندرية لموقعها الممتاز ولاهيتها الحربية والتجارية وبنى في الطرف الغربي من جزيرة فاروس قصرا عظيما وهو المعروف بسراي رأس اللتين الذي كان يتكون من الحرمك والديوان والحجرات

الخاصة بمحمد على والمسافرخانة التي أعدها لضيافة كبار الزائرين والمسافرين واکرامهم .

وقد أنشأ محمد على مصلحة المرور ومن اغرضها الإشراف على الطريق البري من أجل تنظيم حركة المرور بين القاهرة والسويس وتم وضع أبراج تلغرافية - حيث كان لهذا الطريق الأثر الواضح على جميع مظاهر النشاط السياحي وأنشأت الفنادق في كل من القاهرة والسويس وكان المسافرون بالطريق البري لا يتجهون مباشرة من الإسكندرية إلى السويس بل كانوا يقضون يومين في القاهرة لزيارة معالمها ثم يستأنفون رحلتهم إلى السويس ومنها إلى طريق الهند البري واهتم محمد على بالطريق البري بين قنا والقصور وشيد دار للضيافة عند القصور وعين الموظفين للإشراف عليها وأعطى السائقين من دفع اجرة النقل بين القصور وقنا واقتصر معظم النشاط السياحي على ما يعرف بسياحة الترانزيت حيث كان بعض السياح يقصدون مصر خصوصا لمشاهدة ما بها من آثار - هذه الحقيقة يشير إليها الجبرتي عند تسجيله لحواره سنة ١٢٣٢هـ - حيث يقول إن طائفة الإفرنج الانجليز قصتوا الاطلاع على الأهرام المشهورة الكائنة بين الجيزة وقرى القسطنطين لطبيعتهم ورغبتهم في الاطلاع على الأشياء والمستقرات . والسائحون في عهد محمد على من الشخصيات البارزة الرفيعة المقام ويعاملون معاملة كريمة ويقابلون الحاكم الذي كان يخصص لهم قصوره .

وقدوم السياح إلى مصر وانتقالهم لمشاهدة المعالم السياحية لم يكن يتم بدون وجود ضوابط تحكم ذلك - إذ تشير الوثائق إلى انه كان من الضروري حصول السياح على تصاريح تبيح لهم حرية التنقل والإقامة في البلاد واستعمل الميالح وسيلة الانتقال من الإسكندرية إلى القاهرة القوارب النيلية وقام محمد على بتعيين بعض الحراس لمراقبة وحماية من يقوم بزيارة الأهرام - وترجع زيادة تعداد السياح في عهد محمد على إلى انتشار الأمن داخل المجتمع المصري فزادت المنشآت السياحية المرتبطة بإقامة السياح - حيث تعددت الفنادق بالإسكندرية وانشئ بها ثلاث فنادق بجانب الفنانين الموجودين بها من قبل وهذه الفنادق هي :



(١) فندق الهلب المثلث . (٢) فندق السيدة هيوم Hume . (٣) فندق أوروبا . (٤) فندق الشرق . (٥) فندق سويسرا .

أما القاهرة فكان بها ثلاثة فنادق لقدمها : (١) فندق موهاي MOHAI الذي أنشئ في مدة وجود الحملة الفرنسية على مصر ١٧٩٩-١٨٠١ ، (٢) فندق شبرد سنة ١٨٣٤ ، (٣) فندق جاردينو الذي أنشأه لحد الايطاليين الذين كانوا يعملون في خدمة محمد علي - فكان من مظاهر النشاط المسيحي ما بذل في عام ١٨٤٥ من تقدم للفنادق .

### الوكيزة العاشرة : الإعلام والإعلان السياحي ..

الإعلام والإعلان مرتكزين من أهم مرتكزات التنشيط السياحي ويدخل ضمن الإعلام المطبوعات والنشرات الدعاية والإعلامية والكتيبات والكتب وحاليا أصبحت شرائط الفيديو والمنمجات C.D من أهم وسائل الدعاية والإعلام والتي لديها قوة خارقة وعندما يجري الحديث عن النهضة السياحية لأي دولة لابد أن نتذكر على الفور الدور الكبير الذي تساهم به العلاقات العامة والإعلام السياحي في حملات الترويج والتسويق - وإذا كانت الإعلانات المدفوعة التي تتولاها الشركات العالمية المتخصصة تعتمد على التصميمات الجذابة وإبراز الإمكانيات السياحية سواء كانت حضارية أو تراثية أو طبيعية فإن الإعلام غير المدفوع يمثل العنصر الأهم في التأثير على توجهات السائح .

هذا وتسعى الدول السياحية لاسيما الدول النامية إلى جذب الاتحادات والتنظيمات الإعلامية في الدول المصدرة للسائح إلى عقد مؤتمراتها واجتماعاتها على أراضيها وتقديم التسهيلات الممكنة التي تشمل تنظيم جولات سياحية لعرض منتجاتها السياحي - ومن ناحية أخرى تمثل المؤتمرات والأحداث السياحية التي تقامها الجامعات وهيئات تنشيط السياحة وهيئات المهمة بتمية صناعة السياحة فرصة للالتقاء بممثلي الإعلام الصحفي والإذاعي والتلفزيوني ووكالات الأنباء للرد على الاستفسارات ولتنهازها فرصة لعرض الإمكانيات السياحية . وتشير الإحصائيات إلى أن المقالات والتحقيقات التي تنشر في وسائل الإعلام التي يعمل

بها أعضاء التنظيمات والاتحادات الدولية تساهم في ارتفاع معدلات التدفق السياحي بنسب طيبة - والحقيقة أن الإعلام السياحي يستطيع وبإقتدار أن يعالج مشكلة الوعي السياحي التكموي فمازالت المشكلة الأعرق في مصر لا تزال تتعلق بالملوك العام في مواجهة قضية السياحة فرغم الطيبة المتأصلة في الشعب وكرم الضيافة والبشاشة التي يتمتع بها الشعب المصري إلا أن الفهلوة ومحاولة سلخ السائح أو اعتبار أن السائح نبيحة يجب لمتصا ص آخر قطرة من دمائها أو حتى إفراغ جيوبه من آخر سنت أو مليم يحمله تجعل عوامل التطرد أكثر من عوامل الجذب ، ولستأنا سيد موسى في كتاباته السياحية جزء ١ أشار إلى التعبير الرشيق الذي استخدمه المفكر السياحي الكبير آرثر هولز البلجيكي الجنسية والذي شغل لمنوات طويلة منصب القومسيير العام للسياحة في بلده فقد ورد على لسانه في محاضرة ألقاها في دورة تدريبية في أولخر الستينات أن المنتج السياحي لأي بلد هو مجموعة من الذكريات يرجى أن تكون طيبة ترسيها البلاد المزار في ذهن السائح لوافد إليها والإعلام هنا له اليد الطولى لتغيير المفاهيم لدى الجماهير وتوضيح أهمية السياحة بالنسبة للاقتصاد القومي وتعريف الجماهير بطرق التعامل مع السائحين الأجانب والاهتمام بقضية النظافة والجمال والتشجير والمحافظة على الأماكن الأثرية والسياحية .

وإذا أردنا أن نوفي الإعلام حقه فلا بد لنا أن نعرض ملحا تاريخيا عن الإعلام أو نبذة عن تاريخ العلاقات العامة وهي المرادف للإدارة الناجحة في أي مؤسسة وأهم وسائلها هي المفردات الإعلامية من صحف ونشرات والوسائل الأخرى والتي من خلالها توجد عملية الاتصال بين الإدارة والجمهور - وتاريخيا كان الملوك والكهنة في الحضارات القديمة يولون عملية التأثير في أفكار الناس أعظم اهتمام - وإذا استجوبنا التاريخ عن العلاقات العامة في مصر الفرعونية لأجابتنا بأن الملوك والكهنة والفنانين قد اهتموا بها أعظم اهتمام - فمن أوراق البردي المصرية التي يرجع تاريخها إلى أربعة آلاف سنة قبل الميلاد يتضح لنا مبلغ اهتمام الحكام المصريين القدماء بثقافة ميسول شعوبهم وجذب اهتمامهم وتحريك الشوق فيهم - وقد وجدوا في طيبة وبعض المدن المصرية القديمة أوقافا

من البردي نشر عليها قانون يحرم البغاء ويعرض طرق مقاومة الدولة له وإنزال العقاب الزادع بمن يرتكب مثل هذا العمل الشائن ، وقد عرف اليونان أهمية التأثير في الناس وخاصة عن طريق الخطابة والجدل - وقد آمن الإسكندر الأكبر بأهمية الإعلام والنشر وطرق التأثير في الناس فكان يجعل في ركابه طائفة من الخطباء والشعراء والكتّاب والمفكرين ويعلن على الناس إيمانه بأديانهم ، كما فعل نابليون بعد ذلك عندما جاء إلى مصر ومعه علماءه وفنانونه ومطبعته وأشهر الناس له يؤمن بالإسلام وذلك لإنشاء علاقات من المودة والثقة بينه وبينهم وقد كان يؤمن بقوة الكلمة المطبوعة وخطر الأحداث المصنوعة وأهمية وسائل الإعلام وأثرها في نفوس الناس .

وعندما تولى محمد علي مقاليد الحكم في مصر عام ١٨٠٥ كان يرى بعقيدته الفذة ما يراه خبراء العلاقات العامة الآن من ضرورة العمل من أجل التفاهم وإقامة علاقات الود بالجماهير لكي تتجح المشروعات ويتقدم تقدم ملموسا - وهكذا بدأ محمد علي في تنفيذ مشروع الإعلام والتفاهم عن طريق إصدار تقرير دوري يسمى "الجرنال" وكان هذا الجرنال يحتوي على معلومات دقيقة عن حساب الأقاليم وشئونها الإدارية - وهذا الجرنال يعد بلا شك وثيقة تاريخية لأول نشاط مقصود في مصر لإنشاء علاقات عامة بين الحكومة وكبار موظفيها - أما الوثيقة الثانية التي يعتز بها مؤرخو العلاقات العامة في مصر فهي صحيفة الوقائع المصرية التي صدرت لأول مرة في ٣ ديسمبر ١٨٢٨ وختمنا لهذا الموجز التاريخي عن الإعلام والعلاقات العامة فتشير إلى ما نشر بجريدة الأهرام في عدد ٣ يناير ١٨٩١ أي منذ مائة وستة عشر عاما ما هو أت كثر عند السياح والمنتظر عدد عظيم أيضا ولاسيما أخبار سوريا تفيد ملائحة الوباء والحمد لله تعالى ولا تعجب مع الوقت أن نرى مصرنا في السياح أعظم إيراد وتكون في إفريقيا سويسرا الثانية للسياح فلا نرى في القاهرة إلا فنادق ومنازل مفروشة معدة للغرباء ولهذا نرى كلما تساهلت الحكومة في تسهيل العقبات أمام السياح كلما خمدت البلاد والخزينة فإن الأرباح لا تتحصر في الأهلين وحدهم .

وخير الإعلام السياحي هو المايسترو الذي يجمع في يده وسائل الاتصال بال جماهير سواء كانت الجماهير الداخلية أي أبناء الوطن أو الجماهير الخارجية أي السياح القادمون للاستمتاع وعليه أن يختار أقواها بالنسبة للجمهورين فما يصلح للجمهور الداخلي قد لا يصلح للجمهور الخارجي وإن يعرف كيف يختار الوسائل المناسبة في الوقت المناسب أيضا بحيث يكون التأثير النهائي جميلا ومؤثرا وبذلك يتمكن من أداء رسالة .

ومنذ الحرب العالمية الأولى يركز الإعلام على الصور على أنها من أهم وسائل نقل الاخبار وتوسعت الصحف في استخدام الصور إلى أن أصبحت تزارح أعمدة الاخبار وقد استغلت الإعلانات من الصور إفادة كبيرة بحيث يمكن القول بأن الإعلان عبارة عن مزج من الصور والكلام المكتوب - وفي مجال الإعلام السياحي التتموي أصبحت الصورة وسيلة مهمة وفعالة لتحقيق أهدافها فهي تتيح الفرصة للسياح لتأملها وبقدرتها على توصيل الفكرة أو الرسالة وبقدرتها وهذا هو الأهم في الوصول إلى السائح الذي يجهل قراءة ما كتب تحتها وهي السمة الغالبة في المجتمعات السياحية بدول العالم الثالث - وهناك فرق بين الصورة والرسم الأولى تصور أشياء أو مناظر حقيقية لمواقع سياحية أما الثانية فتمثل أو تعبر عن معلومات تدل على الإقبال على تلك المواقع والصور والرسوم تعتبر إحدى وسائل الاتصال الصامت التي تخاطب حاسة البصر .

وسائل الإعلام السياحي كثيرة ومتعددة ولكن أهمها على الإطلاق الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما ولا بد وإن نعقد مقارنة بين كل هذه الوسائل لأن لكل منهم مميزات قد لا توجد في الوسائل الأخرى .

#### أولا : الصحافة .....

تمثل الكلمة المطبوعة الواسعة الانتشار التي تصل إلى القراء وفي قنوات توزيع منتظمة ولكن لا يستفيد منها سوى القارئون أما الأميون فمحرومون منها ومن أهم وظائفها في مجال الإعلام والدعوة وتكوين رأي عام تمارس الوعي بأهمية تنشيط السياحة - وتأكيد الدور الوظيفي للتنمية السياحية - ولذلك أصبحت

الصحافة من أهم الصناعات الإعلامية التي تحاول أن ترضي جماهيرها ولأنها تستهدف الوصول إلى أكبر عدد من القراء فإنها تنشر الأنباء المثيرة والقصص التي تتوفر فيها العوامل النفسية المؤثرة أو التي يشعر فيها القراء بأنفسهم - والخبر الصحفي من الأسس الهامة التي يعتمد عليها الصحفيون لإدراكهم قيمة الخبر وصحة وصدق الخبر هما أهم صفاته - أما الدقة في نشر الخبر فهي من الأمور البالغة الأهمية وهي عامل مكمل لصحة وصدق الخبر ولأنه لا يكون حالي أي لا يكون قد مضى عليه وقت طويل فالناحية الزمنية من أهم النواحي التي يوزن بها الخبر ويستنتى من ذلك الأحداث التاريخية التي تهم قطاعا كبيرا من القراء ومن الممكن أن يرتبط الخبر الحالي بالأحداث التاريخية - وهناك أخبار لا تستحق النشر وهناك مهمة الصحفي المحنك والأخبار التي تتصل بحياة القراء اليومية تلاقي إقبالا عظيما وكثير من تلك التي لا تتصل بهم - والخبر الصحفي الذي يتصف بالإثارة والبضخامة - كما أن الطرافة من الأمور المستحبة لدى القراء .

## ثانيا : الإذاعة ...

تعد الإذاعة أكثر وسائل الاتصال الجماهيري انتشارا والإعلام الأكبر والأكثر على اجتياز المسافات والوصول إلى أعماق الريف أو بوادي الصحراء التي قد لا يكون للصحف فرصة الوصول إلى هذه المناطق والإذاعة صالحة للاستعمال الفردي والجماعي خاصة بعد تطور أجهزة الراديو رخيص الثمن - ووفقا لإحصائيات اليونسكو فإن لدى العالم العربي ما يزيد على ١٢٠ مليون جهاز استقبال - فالراديو قدر الوسائل الإعلامية والتوجيهية والثقافية والترفيهية رخيصة التكاليف بالنسبة لجماهير يظلب عليها طابع الأمية التي تنقصها القدرة على القراءة أو حتى الأمية الثقافية لمن يستطيع القراءة - والبرامج الثقافية السياحية التي يستخدم فيها الراديو تعتمد أساسا على الإذن - وفي برامج الإعلام السياحي يجب أن يصحبها مجموعة من الكتب والكتيبات والنشرات توزع عن طريق المكاتب السياحية ويقوم بإعدادها أجهزة التنشيط السياحي ويعلن في الراديو عن

توافر هذه المواد الإعلامية في المكاتب والمواقع التي يسهل وصول السياح أو المواطنين إليها كمكاتب التنشيط في المواني والمطارات ومحطات السكك الحديدية ويمكن أيضا أن توضع في مكتب خاصة تنشأ في نهايات محطات المترو والأوتوبيس وفي الجامعات والكليات والمدارس وإن كان هناك من يستنتج بأن تكلفة إنتاج هذه النشرات والكتيبات والصور تكلف كثيرا في طباعتها فإن الرد على ذلك بأن الفائدة التي ستعود على النشاط السياحي من وجود مثل هذه المواد والتي يعلن عنها في الإذاعة أكبر بكثير من تكاليف طباعتها ويمكن أيضا أن تسهم الإذاعة بالإعلان أن الفنادق يوجد بها هذه المواد الإعلامية وإن تقدم برامج سياحية ومسابقات وتقدم جوائز الأمر الذي يثير المصمتع والمتابع للإذاعة إلى الاشتراك بغية الاستمتاع بكل ما يطرح من أسئلة في المسابقات ويريد الاستمتاع عند الفوز في هذه المسابقات - والإذاعة تلعب دورا رئيسيا في نقل الأحداث السياحية كالمسابقات الرياضية أو المهرجانات أو العروض الفنية المرتبطة بالمواقع السياحية والإذاعي القدير هو الذي يكون ملما كاملا بكيفية هذه الاحتفالات وبالأشخاص المشتركين في الاحتفالات وأن يرسم بالصوت صورة جمالية وحية من موقع الأحداث أو المسابقات أو الاحتفالات سواء كانت رياضية أو فنية أو ثقافية فالإذاعة لها دور مشكور وغير منكور في العملية التنشيطية .

### ثالث : التلفزيون ....

يعد التلفزيون أقوى وسائل الإعلام وأكثرها اجتذابا للمشاهدين وأقصدتها على أداء أي وظيفة تتطلب الصوت والصورة معا وبالرغم من أن التلفزيون هو أحدث وسائل الاتصال الجماهيري وهو أيضا أغقر وسائل الإعلام مدة وبالرغم من ذلك فإنه يستخدم بدرجة عالية في البرامج السياحية وقد أجريت تجارب كثيرة في كل من فرنسا وإسبانيا وتركيا وإيطاليا وإيطاليا وتجاربا أخرى في الدول النامية سياحيا وتبين فعالية استخدام التلفزيون في الإعلام السياحي .

وإذا تركنا جانبا تكاليف الإرسال للتلفزيوني الباهظة فهي حوالي عشرة أمثال الإرسال الإذاعي وارتفاع ثمان أو تسعة للتلفزيون عن الراديو وحاجتها

إلى وجود الكهرباء في معظم الأحوال فإن التلفزيون يعتبر الوسيلة المثلى من وسائل الإعلام في خدمة السياحة وهو يفوق الراديو نظرا لأنه يستخدم الصوت والصورة معا - ويمكن للمشاهد أن يرى المناطق السياحية الجاذبة للتسوق ويرى التفاصيل والإيضاحات التي تقدمها البرامج السياحية وفيها يتكون الإلحاح على عينيه وأذنيه معا - وفي الولايات المتحدة وكل دول أوروبا برامج تستخدم في الإعلام السياحي - إذا نستطيع أن نقرر أن الإعلام السياحي هام جدا مع ضرورة اعداد برامج جديدة تولكب التطورات السياحية ومثل هذه البرامج يمكن أن تتحول إلى برامج جذب سياحي - وفي هذا المجال تجري في مصر حاليا تجربة لاستخدام التلفزيون كعامل مساعد لرفع درجات الوعي الجماهيري بأهمية السياحة كرافد للاقتصاد القومي ولزيادة الدخل الفردي - ولابد أن يكون الإعلام السياحي للوطن كله فالتلفزيون ينشأ في كنف الدولة وعليها أن تساهم إسهاما إيجابيا في تفعيل الدور الإعلامي للتلفزيون في التنشيط السياحي .

#### رابعا : السينما ..

السينما من أقوى وسائل الاتصال بالنسبة للأطفال والشباب وأثبتت البحوث التي أجريت في اغلب دول العالم أن ثلثي رواد السينما من الشباب دون الثلاثين وقد أشارت هذه البحوث إلى أن الوسائل السمعية والبصرية كالأفلام الناطقة تمتاز بتأثيرها القوي بحكم واقعية الصورة وحيويتها والسينما انعكاسها الفكري والفني للخطر على كل وسائل الإعلام الأخرى لأنها تتضمن كل الفنون التشكيلية والتطبيقية والأدب والموسيقى التصويرية والمؤثرات الصوتية وغير ذلك ولعل تعدد الأفلام السياحية السينمائية ينهض ككليل حي على تغلغل السينما في جوانب الحياة الإنسانية وتنعكس تلك الجوانب على قوامها الفني ، فهناك الفيلم الموضوعي الذي يتعامل مع قضايا السياحة ويصور حياة الاستجمام والترفيه بكل ما فيها وهناك الفيلم التسجيلي الذي يسجل الواقع الاجتماعي للمنشآت السياحية ولمراكز التسوق السياحي .

وهناك الفيلم السياحي والذي يعرض لجمهور سياح في لغة عربية أو

أجنبية سلسلة من الصور المتحركة فهذا الفيلم السياحي يحكي قضية عن قرية سياحية أو منتجع سياحي أو متحف أو مركز من مراكز الغطس أو أي منتج سياحي آخر وجمهور هذا الفيلم من السياح الأجانب أو المصريين كذلك الأفلام التي نشاهدها عن الغردقة وشرم الشيخ والأقصر وأسوان والإسكندرية والتي كان لنا سبق إنتاج مثل هذه الأفلام بعد منتصف الثمانينات وأتيحت لنا عرضها على الجماهير الأجنبية في بورصة الأسلحة العالمية في برلين وكان تقديم هذا الفيلم من الفنان العالمي عمر الشريف الذي تحدث عن الإسكندرية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية - وقد اهتم جمهور السياح من مختلف دول العالم بهذا الفيلم أثناء عرضه بصفة مستمرة في جناح الإسكندرية بهذا المعرض الدولي وكانت تلك هي أول مرة تشارك فيها الإسكندرية في هذا المعرض بصفة مستقلة ولها جناح خاص بها .

ومن جماع ما نقدم يبدو أمامنا أبعاد وأهمية دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في عمالية للتنمية السياحية - وعلى ذلك نوجز ونحدد الدور الهام للإعلام بصفة عامة في المجتمع السياحي فيما يلي :

١. يقوم الإعلام أساسا على نقل الأفكار الخاصة بطبيعة العمل السياحي وتوصيل هذه الأفكار المتناقلين لكي يتحقق من وراقها سلوك محدد أو استجابة معينة ويكون العمل الإعلامي ناجحا إذا تحقق السلوك أو تحققت الاستجابة على النحو المتوقع أو للمأمول من وراء نقل هذه الأفكار وتوصيلها .

٢. يرمي الإعلام السياحي ببرامجه المختلفة وأدواته المتعددة إلى الوقوف في وجه احتمالات اللبس أو سوء الفهم لدى الجماهير والسياح وذلك عن طريق تقديم المعلومات الصادقة والواقعية التي تؤدي إلى مزيد من المعلومات الطيبة والود والصداقة وتجعل الباب مفتوحا أمام الطرفين المضيف والسائح تتسبب إليهم المعلومات المبصرة والمرشدة .

٣. يرتبط الإعلام السياحي بهدف تغيير الاتجاهات والقيم أو صقلها وتهذيبها من ناحية وتهينة المناخ لاستقبال التدفق السياحي بهدف تغيير الاتجاهات والقسم أو



صقلها وتهذيبها من ناحية وتهينة المناخ لاستقبال التنفق السياحي من ناحية أخرى كما يحق الانفتاحية بين الجماهير والسياح .

٤. يعد الإعلام السياحي التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت أي أنه أداة للمخاطبة المتجاوبة مع المستويات العقلية المختلفة في الداخل والخارج إذا الدعاية تحبب احد المراكز الهامة والمنطلقات الضرورية للعملية التثقيفية ولجذب أفكار الشعب المصري وللشعوب الأخرى وهي بهذا الوضع لم تصبح مجرد أسلوب دعائي فقط إنما أصبحت ضرورة يجب الأخذ بها .

### الركيزة الحادية عشر : اللغة والإرشاد السياحي ..

أما اللغة فالمقصود هنا هو اللغات الأجنبية المختلفة كالانجليزية والفرنسية والاطالية والاسبانية واليونانية وكافة اللغات الحية حتى الصينية واليابانية - وإجادة اللغة التي يتحدث بها السائحون مسألة في غاية الأهمية فالسائح إذا وجد من يتحدث معه بلغته أصبحت رحلته سهلة وميسرة وإن يشعر بالغربة في البلد الذي يزوره أما إذا كان السائح لا يعرف لغة البلد الذي يزوره ولا يجد من يعرف لغته فهي طامة كبرى فكيف سيعيش وكيف سيتحرك وكيف يتم مزارقته - ولو أن هذه الحالة لم تعد موجودة بصفة كبيرة إلا أنه في بعض البلاد قد يتصادف عدم وجود من يعرف لغة السائح - أما الدول التي تعتبر من أكبر الدول استقبالا للسياح كاسبانيا وإيطاليا ومعظم دول أوروبا فإنهم يهتمون اهتماما خاصا باللغة فنجد معظم الناس يتحدثون باللغة الانجليزية وهي اللغة العالمية الأولى ونجد أن كل العاملين في المواقع السياحية والأثرية يجيدون اللغات المختلفة باعتبار أن الاهتمام بالسائح يستلزم سرعة التفاهم معه وتلبية احتياجاته أمرا له أولوية فالسائح لدى هذه الدول له قيمته ووزنه وإن رعاية السياح مهمة قومية وعلى كل الشعب أن يعي هذه المهمة .

وإذا كانت إجادة اللغة أو معرفتها شيء مهم وضروري فإن ذلك يقودنا إلى الحديث عن الإرشاد السياحي باعتباره احد ركائز التثقيف السياحي فمع دخول

العالم إلى القرن الواحد والعشرين أصبح من المتوقع خلال السنوات القليلة القادمة - وطبقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية - أن يتخطى عدد السياح حول العالم حاجز المليار سائح سنويا والذين سوف يتخطى إنفاقهم ما يزيد على واحد تريليون دولار سنويا .

وفيما يخص مصر فرغم أن نصيبها من كعكة السياحة العالمية لا زال ضئيلا مقارنة بما تملكه من مقومات سياحية ومقارنة بأعداد السياح الوافدة إلى بلاد أخرى كاسبانيا وانجلترا وفرنسا واليونان والولايات المتحدة وغيرها - إلا أن الدولة الآن تتجه إلى دعم السياحة بكل إمكانياتها باعتبارها صناعة المستقبل ويتر البترول الذي ان ينضب إلا أن اتجاه الدولة وحده لا يكفي فلا بد من مشاركة فعالة من كافة القطاعات - كما أنه لابد - وهذا شرط أساسي - من مشاركة شعبية واعية بأهمية السياحة وأهمية السائح الذي لابد أن نعتبره مصاحبا فعلا في دخلنا القومي .

وعلى الرغم من تراجع دور السياحة الأثرية بالنسبة للأنواع الأخرى من السياحات التي نخلت مفردات القاموس السياحي إلا أن السياحة الأثرية شتتا لم أينا لا زالت تحتل قسما هاما من السياحة سواء العالمية أو المصرية - ومن هنا يصبح دور المرشد السياحي دورا هاما وحساسا يرتبط مباشرة بالتدفق السياحي واستمراريته وبالتالي يرتبط بالأزدهار الاقتصادي - ومع النهضة السياحية المتوقعة والواعدة فإن مهنة الإرشاد السياحي تعدت مرحلة الاجتهاد والتجربة والخطأ إلى مرحلة العلم ذو القواعد والأصول - فالإرشاد السياحي الآن بجانب أنه لستعداد وموهبة وخبرة فهو أيضا علم له قواعد وقوانينه التي تحكمه وتجعله مهنة محترمة مرغوبة ومريحة أيضا بعد أن كانت مهنة من لا مهنة له فحتى الخمسينات من القرن العشرين كانت مهنة الإرشاد السياحي غير منتظمة يمارسها كل من لقن لغة أجنبية أو أكثر ولديه بعض المعلومات للتاريخية والأثرية - وكان ينظم هذه المهنة بعض القرارات التي يصدرها المحافظون من وقت لآخر - وكان هناك فئة من الناس يقال لهم التراجمة وهم هؤلاء الأشخاص الذين تولوا هذه المهنة من

آبائهم وأجدادهم وكان من هؤلاء من لا يقرأ أو يكتب ولكن كان يحفظ ما يسمعه من أبيه وطبعا كانت المعلومات التي يرددها هؤلاء للترجمة معلومات غير دقيقة أو ناقصة أو حتى مغلوطة فتدخل المشرع المصري وصدر عدة قوانين أولها القانون ٢٧ لسنة ١٩٦٥ ثم عدل بالقانون ١١ لسنة ١٩٧١ وأخيرا القانون ١٢١ لسنة ١٩٨٣ في شأن المرشدين السياحيين - ويبيد عن التعريف القانوني فالمرشد السياحي هو الشخص الذي يتولى الشرح والإرشاد للسائح في أماكن الآثار أو المتاحف أو المعارض مقابل أجر - ويجب أن يتوفر في المرشد السياحي صفات متعددة ومتنوعة قبل أن يكون مؤهلا بمعنى أن يكون حاصلا على شهادة جامعية عليا ويجب بالإضافة إلى اللغة العربية لغة أجنبية واحدة على الأقل وبطلاقة ويفضل أن يكون مجيدا للغة أخرى ، وأن يكون لائقا طبيا ولا يعاني من أية عاهات أو إعاقات جسدية كالالتحم في الكلام أو عدم القدرة على الحركة بسرعة ونشاط - وأن يكون قادرا على الحديث ببطء أو بسرعة وبصوت قوي وواضح للنبيرات معمومعا لكل من حوله سواء كان حديثه سريعا أم بطيئا - وأن يكون ذو شخصية قيادية يستطيع السيطرة على مجموعة متنقرة من السائحين مثلا قد يتحدى بعضهم الخمسون شخصا - وأن يكون سريع البديهة حاضر الذهن قادر على التعامل مع أي مشاكل طارئة قد تولجه السائح أو الفوج السياحي وأن يكون قادرا على اتخاذ قرار حاسم وسريع وفي صالح الفوج الذي يقوم بإرشاده وفوق ذلك يجب أن يكون المرشد لطيفا مجاملا قادرا على إعطاء السائح إحساسا بالثقة والأمان حتى يمكن أن ينتقل السائح من حالة الغربة التي قد تصيبه أحيانا . ولأن علم الآثار من العلوم الحديثة نسبيا ولأن الآثار في مصر ما زالت تعد من أهم المقومات الاقتصادية من المنظور السياحي في مصر - لذلك فهي تعد من أهم المقومات ومصادر المرشد السياحي المصري فإذا اعتبرنا أن اللغة وحسن المظهر والتصرف واللباقة سمات شخصية مطلوبة في المرشد السياحي - فإن الثقافة الأثرية تعتبر ركيزة أساسية في مقومات المرشد السياحي المعاصر وتمثل المواقع الأثرية المفتوحة في مصر أغلبية لا بل من جملة الكيان الأثري والتاريخي لمصر وتحتوي الخريطة الأثرية على مجموعة كبيرة من المواقع المفتوحة المعدة

الزيارة الأثرية والسيلحية والتي تعد محطات رئيسية في أجندة الأفواج السيلحية مثل معابد الأكصر والكرنك ومنطقة مقابر البر الغربي بالأكصر ومنطقة الأهرامات بالجيزة مدينة القتيبولوس (تونا الجبل) وآثار جزيرة فيلة ومنطقة أبيره وادي النطرون ودير سانت كثرين وأطلال تل العمارنة بجانب كم لا بأس به من الآثار الإسلامية في القاهرة المعز ومنطقة الأهرام ومصر القديمة إلى جانب العديد من المواقع الأثرية تنتشر في معظم المدن المصرية ومعدة للزيارة السيلحية والشرح الأثري في الأماكن المفتوحة له قواعد منها الجمع بين الرؤية التاريخية والموقع الأثري وهذه العمليات أي الشرح الأثري في الأماكن الأثرية المفتوحة تعتمد على قدرة المرشد في المزج بين الرؤية التاريخية والتطبيق الأثري على أرض الواقع وذلك بإدراك ماهية الموقع وطبيعته . وذلك بالاعتماد على المعلومات المساعدة التي تجتهد يدرك هذه الأشياء بسهولة وثقة للوصول إلى الإلقاء المتزن المتفق مع مفهوم الموقع وأهميته - ومن هنا تأتي أهمية التعايش بين كافة عناصر الموقع الأثري فتكون مصداقية وثقة متبادلة بين المرشد والسائح خاصة أن الكثير من السياح يقفون لمصر ولديهم في أغلب الأحيان الكثير من المعلومات التاريخية والأثرية وغيرهم يحملون في أيديهم كتب تشرح وصور عن المواقع الأثرية ولكنهم يفتقرون للرؤية الواقعية التي يفتقدها دائما معظم السياح لذلك فنور المرشد أن يدرك تلك الحقيقة وعليه أن يكتب دائما أنه أمام سائحين ملمين إلى حد ما بالموقع ومن هنا فعليه أن يحكي بالشمولية في البداية والبحث عن بداية جديدة برؤية جديدة تكون عنصر مفاجئ للسائح فيزيد ارتباطه بالمعلومات التي يلقبها المرشد - أما في المتاحف المغلقة فإن المرشد يعتمد على حصيلة المعرفة المتسعة في جوانب متعددة تخدم العصر أو الحقبة التي تدور في فلكها آثار المتحف وتأتي هذه الحصيلة المعرفية من خلال عشق للعمل وطموحات المرشد في إثبات ذاته وتطويرها وقدرته المستمرة على تحصيل المعرفة والوقوف على الجديد فيها فالقلموس المعرفي لدى المرشد ليس قاصرا على معلومات سطحية أعين القطع الأثرية في المتحف فحسب - بل يعتمد تفسيرها والتعبير عن قيمتها الحقيقية سواء من الناحية الفنية أو التاريخية وهو الدور الذي يبحث عنه السائح وينتظره من

المرشد المصري - ويبلغ عدد المرشدين السياحيين في مصر حوالي ١١ ألف مرشد منهم حوالي ٦٥٠٠ يجيدون اللغة الانجليزية أو يرشدون باللغة الانجليزية وجزء من المرشدين يجيدون اللغة الفرنسية وأيضاً الألمانية والإيطالية والأسبانية أما اللغات الأخرى كاللغة الروسية أو اليابانية أو الصينية أو الكورية أو اللغات الحية الأخرى فإن عدد المرشدين السياحيين الذين يجيدون اللغات فيها أما معدومة أو نادرة وهذا الأمر يجب الاهتمام به وتوجيه للبعثات إلى البلاد المتوابع حضور سياح منها مستقبلاً لإجادة اللغات حتى يمكن التواصل اللغوي بين السياح القادمون والمرشدون القادرون .

### الركيزة الثانية عشر : المتاحف والمحميات ..

تعتبر المتاحف مرآة تعكس حضارة وتاريخ الشعوب أمام الأجيال فمن خلال المتاحف نتعرف هذه الأجيال على مراحل وفترات من تاريخها وفكرة إنشاء المتاحف تعتبر حديثة نسبياً حيث أن جمع آثار وعرضها على الجمهور فكرة لا تتجاوز تاريخها للقرنين الماضيين .

وكان إطار ملكية مثل تلك الآثار للتاريخية ومعظمها من الأعمال الفنية لا يتجاوز الملكية الخاصة لبعض الأثرياء أو الباحثين أو الخبراء في الآثار غير أن الدراسات والأبحاث خلال عصر النهضة الأوروبية قد لفتت نظر واهتمام الباحثين الغربيين للحضارتين اليونانية والرومانية وأعمال عدد من الفنانين الكلاسيكيين - وتعاضم هذه الاهتمام بالآثار الحضارية من حيث كونها مجرد تحف فنية - حتى أن علم الآثار بمفهومه الحديث لم يكن عن هواية وجمع ودراسة للتحف القديمة لمجرد جمالياتها وللرغبة في اقتنائها وفي منتصف القرن التاسع عشر وبعد الاكتشافات الكبيرة لكنوز تاريخية في عدد من دول العالم وبشكل خاص في مصر واليونان أخذ علم الآثار طابعاً متميزاً كفرع مختص من المعارف الإنسانية - ومن هنا برزت أهمية إنشاء المتاحف لاحتواء المكتشفات الأثرية - وخلال العقود الأخيرة توجه اهتمام المتاحف للمعاصرة وانتشرت نظرية جديدة مؤداها أن دور المتاحف بشكل خاص ليس فقط عرض نماذج أمام الزوار - تسحرهم بجمالها - بل أيضاً

تعريف وتعليم وتنظيف الزائر بكل مظاهر الحضارة التي تنتمي إليها تلك الآثار .

إن محاولة الإنسان لجمع الأشياء التي يراها ذات أهمية - وتنظيمها وتكوين نموذج منها هي التي أقامت المتاحف والمعارض في كل أنحاء العالم منذ القدم - والمتاحف خلافا لوسائل الاتصال الأخرى تعتمد قبل كل شيء على الأشياء والمتروكات الحقيقية ولعل العاملين في مجال تنشيط السياحة يهتمون بأهمية اهتمام بالمتاحف والقصور والمحميات الطبيعية وكل ما له صلة بالماضي التليد - فمصر بما تحتويه من كنوز أثرية وبما فيها من جمال خصب يتمثل في المعابد العظيمة والمسلات الشاهقة والأهرام الضخمة وما تحتويه متاحفها من كنوز قلما توجد في مكان آخر في العالم تجعل المهتمون بتنشيط السياحة يسمعون جاهدين إلى إبراز الحسن الجمالي البديع بكل ما تملك وإن ينقلوا هذا الحسن للجمالي لكل دول العالم لكي يأتي السياح لارتشاف هذه المتعة بالنظر إلى الروائع النادرة والإحساس بالثقافة الجمالية لتلك الروائع التي تحمل سماتها ملامح الأجداد فملايين من البشر يزورون المتاحف والقصور والمعارض والمعابد ليمدوا في ذلك استمتاعا وراحة - وفي كلمات لهرودوت المؤرخ عن آثارنا "إنه ليس من أقطار العالم ما يملك من الروائع أكثر من مصر وليس منها ما له مثله من عديد الأعمال التي تتحدى للوصف - أما شامبلون فقد قال ما من شعب قديم أو حديث تصور فن العمارة على نحو ضخم عظيم وجليل كالمصريين القدماء والمؤرخ الويرت هيرت قال أن الأعمال الفنية في المتاحف هي تراث العالم لجمع أما البغدادي المؤرخ العربي فقد قال "إذا رأى اللبيب هذه الآثار عثر العوام في اعتقادهم عن الأوائل بأن أعمارهم كانت طويلة أو أنه كان لهم عضا إذا ضربوا بها الحجر سعى بين أيديهم وذلك أن الأذهان تقصر عن مقدار ما يحتاج إليه في ذلك من علم الهندسة ولجتماع المهمة وتوفر العزيمة ومصارعة للعمل .

وموضوع المتاحف والقصور والمعابد والقلاع والمحميات من الموضوعات التي تثيري عمل الباحثين عن التنشيط السياحي الحقيقي ويحتاج للحديث في هذا الأمر إلى كتب ومجلات ولكننا سنقتصر هنا على الإشارة إلى أهم

المتاحف في مصر وفي بعض دول العالم .. والمتحف الأهم هو المتحف المصري ويقع بميدان التحرير وكان مشهورا باسم "الانتيكخانة" - وكان ماريت باشا أهم العلماء الذين جاءوا إلى مصر لشراء برديات قبطية واستهوتته منطقة سقارة فقام بالحفر فيها وحالفه الحظ وكشف عن السميراميس أو مقابر عجل أبيس ونقل محتوياته إلى باريس وعاد إلى مصر وأنتج الخديوي في تعيينه مديرا عاما لمصلحة الآثار للبحث والتقيب وأخذ ماريت يجمع الآثار واحتفظ بها في مصر ببولاق أطلق عليه متحف بولاق ١٨٦٣ ولما تمت المجموعة نقلت إلى قصر الخديوي إسماعيل بالجزيرة حتى عام ١٩٠٢ حتى تم بناء المتحف الحالي بمعرفة مهندس معماري يدعى مارسيل على مساحة تبلغ ١٣٦٠٠ متر مربع ويضم المتحف المصري أروع الآثار والتماثيل وأروع مجموعة من الحلي الذهبية والمجوهرات .

وثاني المتاحف أهمية هو المتحف اليوناني الروماني بالإسكندرية الذي تبلورت فكرة إنشائه عام ١٨٩١ وذلك حفاظا على الآثار المشتتة في مجموعات لدى الأفراد مثل مجموعة جون انطونيانس وغيره وقد افتتح عام ١٨٩٥ بمعرفة الخديوي عباس حلمي الثاني - ومن المتاحف الهامة أيضا المتحف القبطي والمتحف الزراعي بالدقي ومتحف المجوهرات الملكية بقصر فاطمة للزهور بالإسكندرية ، ومتحف محمود سعيد .

لما إذا أردنا التحدث عن المتاحف في الخارج فإن إنجلترا وأمريكا وفرنسا وإيطاليا واليونان وتركيا وألمانيا وإيطاليا وإسبانيا وروسيا يخزون بمتاحف عظيمة وما بها من آثار وتحف تحتاج إلى مجلدات لوصفها وبيان قيمتها وأهميتها.

**والمحميات الطبيعية :** المحمية الطبيعية هي أي مساحة من الأرض أو المياه الساحلية أو مياه البحيرات وتتميز بما تضمه من كتلت حية نباتية وحيوانية وأسماك وظواهر طبيعية ذات قيمة ثقافية وعلمية وسياحية وجمالية . والمحميات عادة يتم تخصيصها وتحديدتها للمحافظة على التراث الطبيعي في كافة أشكاله ويحظر القيام بأي أعمال أو أنشطة أو إجراءات من شأنها تدمير أو إتلاف أو

تدهور البيئة الطبيعية أو الإضرار بالحياة البرية أو البحرية أو النباتية أو المساس بمستواها الجمالي في منطقة المحمية وتكمن أهداف إنشاء المحميات الطبيعية للحفاظ على التوازن البيئي وحماية الأنواع البرية المهددة بالانقراض والعمل على تزايد أعدادها وتكاثرها في بيئة طبيعية ملائمة وصيانة للتنوع الوراثي والمحميات أنواع منها محميات الموارد الطبيعية والمحميات الطبيعية العلمية - ومحميات الأثر القومي الطبيعي - ومحميات المناطق المعزولة ومحميات الحياة التقليدية ومحميات المناظر الطبيعية ومحميات الحدائق والمنتزهات الوطنية ومحميات التراث القومي ومحميات المحيط الحيوي .

وتعتبر الأماكن والمناطق التي توجد بها محميات من المناطق التي تستهوي فئة معينة من السياح الذين يجدون في زيارة هذه المحميات متعة فالعودة إلى الطبيعة البكر هي من الأمور الشيقة للعديد من السياح وعلى العاملين في لتنشيط السياحي في المناطق التي بها محميات الاهتمام بالإعلام والإعلان بكل الوسائل عن وجود هذه المحميات وتنشيطا لهذا النوع من السياحة .



## **الفصل السادس**

**مشاكل مصر السياحية واقتراحات حلها  
من وجهة نظر الدارسين بالدراسات العليا**



## مشاكل مصر السياحية واقتراحات حلها من وجهة نظر الدارسين بالدراسات العليا

أدرج قسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والفنادق بجامعة الإسكندرية برئاسة الأستاذة الدكتورة دلال عبد الهادي مادة "المشكلات السياحية" لتدريبها ضمن المقررات الدراسية للدارسين بالدراسات العليا (تمهيدي ماجستير) .

ولقد شرفت بتدريس هذه المادة لأبنائي على مدى سنوات ثلاث سابقة وهذه المادة ليس لها كتاب معين يرجع إليه الدارس ولا يوجد مقرر محدد لكن على الطالب أن يعمل فكره ويبحث عن المشاكل التي تعترض السياحة في مصر من وجهة نظره وعليه أن يرجع إلى المراجع المختلفة لأستاذة السياحة الإجراء السنين بحثوا في كل فروع العلم السياحي وإن يستنبط مما يطلع عليه أسباب المشكلة ونتائج هذه المشكلة والحلول المقترحة والنتائج التي تترتب على حل المشكلة وعلى الدارس أن يمرض أمام زملائه موضوع البحث الذي أجراه والمشكلة التي يعرضها والحلول التي توصل إليها ويقوم زملائه بتوجيه الأسئلة له والمداخلة في المناقشة وإبداء الآراء - ومن منطلق علمي بحث واستطيع أن أؤكد أن هذه المادة كانت من ضمن المواد التي يقبل عليها الدارسين وقدموا أفكارا جيدة واقتراحات مفيدة وقد تجمع لدينا ما يقرب من ١٥٠ بحث عن المشاكل واقتراحات الحلول - ومن ضمن الدارسين قدم أحدهم إحدى عشرة مشكلة وطولها وهناك عناوين مثيرة وموضوعات شيقة وقد وجدنا أن نعرض لعدد محدد من المشاكل واقتراحات حل هذه المشاكل ثم نقوم بإبراج المشاكل التي تم بحثها في عناوين محددة ثم من واجبتنا أن نذكر أسماء هؤلاء الدارسين فيمضهم بعمل معيدا الآن بالكلية وننتظر من الكثير منهم أن يكون لهم في قائل أيامهم دراسات وأبحاث بل وكتب لينفخوا به الأجيال اللاحقة لهم مع دعواتنا لهم بالتوفيق والسداد .

وقد قدم هذه المشاكل كل من الدارسين : أكرم محمد فوزي - عيسى مصطفى أبو زيد - منال إبراهيم محمود - منى مسعود عبد الستار - إبراهيم عبد

العزیز غانم - أحمد رجب أحمد غازي - محمد سعيد خضر - رضا رمضان  
محمد حمبو - هبة يمري سلیط .

#### المشكلة الأولى : موسمية العمل في النشاط السياحي

حيث تلاحظ أن العاملين في النشاط السياحي أحوالهم المالية متقلبة كثيراً  
حيث أن العمل يتزايد في فترة معينة في السنة في بعض المناطق أو المدن  
وينخفض في أماكن أخرى .  
أسباب المشكلة :

- ◀ عدم وجود تسويق سياحي كافي للمناطق السياحية في مصر .
- ◀ عدم وجود عرض سياحي يغطي كل المعالم .
- ◀ عدم وجود كوالر تسويقية مدربة .
- ◀ اختلاف حالة المناخ .

#### اقتراح حل المشكلة :

- ◀ عمل تسويق جيد للمناطق السياحية .
  - ◀ تشجيع سياحة المؤتمرات في غير الموسم السياحي .
  - ◀ إنشاء نقابة للعاملين في القطاع السياحي (شركات السياحة - الفنادق)  
وكنك صندوق للإعانات والطوارئ .
- ويمكن حل هذه المشكلة على مستويين :

- ◀ مستوى القطاع الحكومي : هذا يمكن حل هذه المشكلة عن طريق وضعها  
في خطة خمسية قادمة .
- ◀ مستوى القطاع الخاص : حيث أن التسويق وتشجيع سياحة المؤتمرات  
يمكن أن يتم من خلال هذا القطاع ولا يمكن تحديد فترة معينة .

#### النتائج المتوقعة على حل هذه المشكلة

زيادة الطلب السياحي مما سوف يزيد من الإيرادات والذي سوف يؤثر  
بالتالي على العاملين في القطاع السياحي من حيث الدخل والاستقرار المادي لهم .

## المشكلة الثانية : مشكلة التكلم في الموسم السياحي

حيث يتكلم النشاط السياحي في فترات محددة من السنة خاصة في فصل الصيف في شهري يوليو وأغسطس .

### أسباب المشكلة :

١. أسباب مناخية .
٢. إجازات المدارس .
٣. ظروف العمل حيث أن اغلب المؤسسات تقوم بأعمال الجرد السنوي خلال فترة واحدة من السنة وفي هذه الفترة تتوسع المؤسسات في منح إجازات للعاملين .

### أهم مظاهر المشكلة

١. تدهور وانخفاض مستوى الخدمات السياحية .
٢. ازحام الفنادق وغير ذلك من المرافق .
٣. تركيز الموسم السياحي لمدة شهرين أو ثلاثة يعمل على اعتماد المنطقة على العمالة المؤقتة ويتم للتخلص منها بعد انتهاء الموسم .
٤. إفساد المناطق السياحية نتيجة الازحام وسوء التشغيل .

### اقتراح حل هذه المشكلة

- < العمل على توزيع موسم الإجازات المدرسية من منطقة إلى أخرى داخل الدولة للوحدة .
- < العمل على تطبيق النظام الدوري للإجازات بالنسبة للمؤسسات .
- < قيام الهيئات السياحية الإقليمية بتوجيه اهتمامها لتنظيم الأحداث السياحية والأعياد والمهرجانات القومية والفلكلورية في المواسم التي يقل فيها النشاط السياحي .
- < تكثيف الحملات الدعائية لمد الموسم السياحي بعيدا عن فترة لقمة للنشاط السياحي .

### المشكلة الثالثة : عوائق السياحة الداخلية

قد تصل تكلفة قضاء أسبوع لدخل مصر أكثر من تكلفة أسبوعين في أي منتجع عالمي . ولذا فإن السائح المصري الذي يبحث عن الراحة يصب في نفس الوقت تكلفة تلك المرحلة وإذا لم يكن لديه معايير أخرى غير التكلفة المادية فإنه سوف يختار الأقل تكلفة .

#### أسباب ارتفاع تكلفة السياحة الداخلية :

عدم نمو صناعة السياحة بالإضافة إلى ارتفاع مستوى الدخل لدى الأفراد والطفرة السابقة مما جعل قوائم التكاليف التي أعدت في تلك الفترة تتميز بهذا الارتفاع غير المعقول أحيانا .

#### اقتراح حل هذه المشكلة

على الجهات ذات العلاقة بالأمر وعلى رأسها وزارة التجارة والشركات المحلية التي تعمل في مجال للخدمات السياحية أن تنظر بجدية في قوائم الأسعار لان ارتفاعها ليس في المصلحة بأي معيار فتخفيض الأسعار لحد الأسباب الرئيسية للربح على المدى البعيد . وهذه الحقيقة الاقتصادية هي التي جعلت الشركات العالمية ذات العلاقة بالخدمات السياحية تخفض أسعارها في سبيل الربح .

المشكلة الرابعة : سوء وعدم كفاية مشروعات البنية الأساسية في مناطق الجذب السياحي  
اقتراح حل هذه المشكلة :

- ◀ محاولة الاستفادة من تجارب الدول ذات النشاط السياحي الكبير ..
- ◀ تحديد أولويات لتنفيذ المشروعات في المناطق السياحية المختلفة مستعينة في هذا الصدد بالخبرة الأجنبية .
- ◀ تقديم مزاياء كبيرة للشركات الأجنبية في فترة محددة مقابل إنشاء مشروعات سياحية متكاملة على أن تتحمل هذه الشركات نفقات المرافق الأساسية لهذه المشروعات .

## المشكلة الخامسة : سوء توجيه الاستثمارات

وترجع هذه المشكلة إلى أن شركات الاستثمار ترفض الدخول بأموالها إلى مشروعات تنمية واستغلال المناطق السياحية وتطوير الخدمات بها .

### سبب المشكلة :

- « أتباع الأساليب المعرّقة عند منح الأراضي المملوكة للدولة لإقامة المشروعات دون الرجوع لوزارة السياحة للتنسيق معها في هذا الشأن .
- « عوائق تدخل أجهزة الحكم المحلي في إصدار تراخيص البناء وإقامة المنشآت الفندقية والسياحية .
- « تتبذد سياسة الإعفاءات الجمركية لمستلزمات الإنتاج للمشروعات السياحية والفندقية .
- « الشروط والالتزامات المتشددة التي توجد في البنوك عند اقتراض الأموال لإقامة المشروعات السياحية والفندقية .
- « انخفاض قيمة الجنية المصري وعدم قدرة أغلب الصناعات المصرية على الصناعة في الأسواق العالمية نتيجة هبوط الجودة .

## المشكلة السادسة : تصور لبعض المشكلات التي تواجه السياحة

- « مشكلة الانترنت في حجز تذاكر الطيران حيث تقلص دور الشركات السياحية في هذا الدور .
- « التكتلات والتحالفات التي تمت بين شركات السياحة والسفر التي تهدف إلى القضاء على الشركات الصغيرة التي تعمل في مجال السياحة والسفر .
- « الخصخصة في القطاع السياحي التي تؤدي إلى تقليص العمالة في الشركات السياحية.
- « استخدام اتفاقية التمرينات الجمركية والعمولة السياحية التي تطبق منذ عام ٢٠٠٥ والتي بمقتضاها سيصبح المجال مفتوحا للشركات الأجنبية للدخول في السوق المصري بدون أي حواجز أو قيود والاستيلاء على العملاء من الشركات الوطنية كما يؤدي إلى خسارة للشركات الوطنية لعملائها .

### المشكلة السابعة : السياحة الفردية للمصريين أكثر من سياحة المجموعات

حيث نجد أن سيلحة المجموعات من خلال شركات السياحة والتي تقوم بحجز غرف طوال العام وبالتالي تكون أسعارها أقل من الحجز الفردي لأنه لا يستفيد من التخفيضات التي تعطى للفنادق لمجموعات شركات الفنادق .

سبب هذه المشكلة :

عدم معرفة المصري التحرك بروح الجماعة .

### المشكلة الثامنة : اتجاه السياحة منذ البداية لتوعية معددة من السياح

(فنادق الخمسة نجوم)

والنتيجة انتقلنا إلى الفنادق الصغيرة والموتيلات الخاصة بالشباب والقرى السياحية البسيطة والمناسبة للسائح المتوسط والبسيط . وكانت النتيجة فنادق كبيرة وغرفا خالية ونسب إشغال لا تتجاوز ٢٥% .

المشكلة التاسعة : سوء معاملة السائح المصري :

دائما ما يشعر السائح المصري في الفنادق المصرية أو وسائل الانتقال المصرية سواء طيران أو أوتوبصات بأنه سائح درجة سلامة من طريقة المعاملة .

سبب هذه المشكلة

عدم الوعي السياحي للكمال من القاطنين على هذه الخدمات وليس لهم أي نظرة شمولية للإدارة في المجال السياحي لأن السائح المصري زكي بالقطرة .

### المشكلة العاشرة : نقص الوعي السياحي التنموي

أي عدم توفر الوعي السياحي بين الجماهير وبين الجهات التي تتعامل مع السائحين (الجوازات - الجمارك - البنوك - الموانئ .... الخ) .

سبب المشكلة :

أن مصر تعد من دول العالم الثالث "دول نامية" والتي توجه معظم جهودها إلى توفير كافة السلع الضرورية لمدح حاجة الشعب وتنتظر إلى قطاع السياحة على أنه من السلع غير الضرورية التي تدخل ضمن العوامل التنموية لحياة الفرد



"الترفيه والتتزه"

سبب هذه المشكلة

- ◀ ارتفاع نسبة الأمية بين الشعب .
- ◀ عدم اهتمام كافة الوسائل المختلفة بالتنمية السياحية والثقافية .
- ◀ عدم وجود قيادات مستتيرة مقنعة تفهم وتقتنع بالسياسة الإيمائية بها دوما .

اقتراح حل هذه المشكلة

- ◀ تنمية الوعي السياحي لدى جمهور المواطنين .
- ◀ الاهتمام بوسائل الاتصال الجماهيرية من تليفزيون وإذاعة وصحافة لنشر السلوك الجماهيري السليم .
- ◀ توجيه عناية الجماهير للمحافظة على البيئة .
- ◀ الإعلام والإعلان عن المسابقات السياحية .
- ◀ تكثيف الحملات الإعلامية عن البرامج التي تعدها شركات السياحة .

المشكلة العادية مشر : التدريب السياحي وانخفاض مستواه :

اسباب المشكلة :

- ◀ ضعف مستوى المناهج المطروحة للدراسة في معاهد وكليات السياحة والفنادق .
- ◀ تصور الاعتمادات المالية المخصصة من وزارة التعليم العالي للتدريب السياحي .
- ◀ انتشار مراكز التدريب الخاص ذات الشهادات المعتمدة والتي تهدف إلى الربحية التجارية ولا تهتم بالكيفية .
- ◀ عدم قدرة العاملين في المجال السياحي على تطوير أدائهم .

اقتراح حل هذه المشكلة :

- ◀ اقتراح إنشاء شركة سياحية تابعة لكل معهد أو كلية من كليات السياحة والفنادق لتدريب الطلبة بها .
- ◀ لابد أن تضع وزارة التعليم العالي بالتعاون مع وزارة السياحة قيودا

وشروطا حازمة لإقامة مراكز التدريب الخاصة .

◀ لابد من تطوير المناهج الدراسية المطروحة داخل معاهد وكليات السياحة والفنادق .

◀ إقامة مؤتمر سنوي تحت رعاية وزارة السياحة لرفع درجة الوعي لدى العاملين في المجال السياحي .

#### المشكلة الثانية عشر : عدم وضوح أسعار أغلب الفنادق

حيث أن الفنادق المصرية حاليا ليس لها سعر واضح هذا ما يجعل شركات السياحة عاجزة عن تسويقها حيث أن أغلب الفنادق تقريبا تعطي أكثر من سعر بل أنها تعطي الشركات الأجنبية سعرا لا تعطيه للشركات المصرية والنتيجة أن السائح المصري أصبح يهرب هو الآخر من السياحة الداخلية - بعد أن أصبحت لأسعارها أعلى - إلى السياحة الخارجية مثل فرنسا وتركيا واليونان .

#### المشكلة الثالثة عشر : عدم وصول رسوم الخدمة ١٢٪ إلى مستحقيها من عمال السياحة :

حيث أن المنشأة السياحية والتي تحصل هذه القيمة تمتنع وتراوغ بالتحايل على القانون الذي يلزمها بدفع عمولة الخدمة للعمال - مما أدى إلى تدخل نقابة عمال السياحة لتنفذ قانون العمل وطلبت المؤسسات للخدمة بدفع حق العمال حتى لا تحقق أرباحا على حساب العمال .

#### اقترح حل هذه المشكلة :

الضغط على هذه الشركات بكثر من طريقة من خلال الاتحاد الدولي للعاملين بالسياحة ومن خلال منظمة العمل الدولية والعمل على حل هذه المشكلة وإن لزم الأمر باللجوء إلى القضاء .

#### المشكلة الرابعة عشر : مشكلات التنمية السياحية في البحر الأحمر والغردقة :

١. مشكلة المياه الحذبة .
٢. مشكلة نقص المساحات الخضراء .
٣. مشكلة المزيد من الوعي السياحي .
٤. العزلة التي يعيش فيها مجتمع الغردقة وسواحل البحر الأحمر .

٥. عدم تجانس التركيب الطبقي للسكان .

٦. انعدام الروح الابتكارية والتجديدية لدى أفراد المجتمع .

اقترح حل هذه المشكلة :

« تشكيل لجنة عليا دائمة لسياحة البحر الأحمر .

« إنشاء قانون للهيئات الإقليمية بمناطق البحر الأحمر .

« إجراء جرد شامل للثروة السياحية لمحافظة البحر الأحمر .

« وضع برنامج تنفيذي لإدخال المرافق العامة الأساسية إلى ساحل البحر الأحمر .

« عمل برنامج تنفيذي لحماية للثروة الحيوانية البحرية والثروة النباتية لمناطق البحر الأحمر .

« تشجيع الدراسات الانثروبولوجية الخاصة بالقبائل التي تعيش في البحر الأحمر .

« الاهتمام بإقامة فنادق وقرى للسياحة الداخلية و سياحة المجموعات القريبة من المدن الكبرى .

« تشجيع الأفراد والشركات في الحصول على المقطورات السكنية .

« العمل على زيادة الرحلات الجوية إلى مطار الغردقة .

« ترميم الموانئ التاريخية المصرية على البحر الأحمر .

« إعطاء أولوية للاهتمام بالسياحة العلاجية الاستشفائية .

« زيادة التشجير في المناطق التي يقرر إقامة مشروعات سياحية بها لزيادة عنصر الجذب .

« الاهتمام بوسائل حماية البيئة في هذه المنطقة والمحافظة على الثروة السمكية .

« فتح وإعداد وتنظيم المتحف المائي والأحياء المائية بالغردقة .

### المشكلة الخامسة عشر : مشكلة تمويل المشروعات السياحية :

تعتبر مشكلة تمويل المشروعات السياحية من المشكلات البارزة في السوق السياحي نظرا لعدم وجود مؤسسة تمويلية متخصصة في الإقراض السياحي تقوم بالتنمية السياحية في مصر .

#### اقتراح حل للمشكلة :

إنشاء بنك للتنمية السياحية يسهم في تطوير هذا القطاع حتى يؤدي دوره في التعجيل بالنمو السياحي .

### المشكلة السادسة عشر : أزمة العملات الصعبة وتأثيرها على القطاع السياحي بمصر

حيث أن كثير من المشروعات يتم تمويلها بالدولار الأمريكي وسدادها مع الفوائد تكون بنفس العملة ومع ارتفاع الدولار يؤدي إلى زيادة العبء على المستثمرين مما يعني أن صناعة السياحة تتحمل أعباء تمويلية كبيرة .

#### اقتراح حل هذه المشكلة :

تشجيع القطاع السياحي على العمل وتحويل قروضه من الدولار إلى الجنيه المصري .

### المشكلة السابعة عشر : ترسانة الرسوم تقتل سياحة اليخوت :

فهناك رسوم لإنز الإبحار ورسوم القنوم ورسوم التوقف والمغادرة ورسوم ..... وبالتالي تبلغ الرسوم في مصر على اليخت الواحد مبلغ كبير في حين إن ما يستحق على نفس اليخت عن نفس الفترة في تركيا وإسرائيل مثلا مبلغا أقل بكثير .

#### اقتراح حل هذه المشكلة :

إعادة حساب المعاملة بطريقة منطقية وصحيحة فأصحاب هذه اليخوت من شريحة السائحين الأثرياء ذوي الإنفاق الكبير بما يعوض أي تخفيض في قيمة الرسوم في المقابل يتحقق انتعاش كبير لقطاع السياحة بأكمله .

## المشكلة الثامنة عشر : مشاكل الآثار في الإسكندرية

١. وجود بعض الآثار الغارقة في منطقة الميناء الشرقي مما جعل هذه المنطقة غير صالحة للملاحة .

### اقتراح حل هذه المشكلة

للتوصية بإقامة مشروع لوجود مركب زجلجي أو غواصة تحت الماء للقيام بأعمال الزيارة للساحين مع توفر وسائل الأمن والأمان وتجهيز المنطقة بمركز تكريب على الغطس .

٢. تآكل الأحجار الداخلية والخارجية للقلعة المطلة على البحر وسوء التخطيط في الساحة الداخلية للقلعة وعدم وجود الإنارة الكافية بالأبراج وعلى الأسوار وغياب الوعي الإرشادي داخل القلعة وعدم توافر المياه العذبة .

### اقتراح حل هذه المشكلة

يجب إعادة تخطيط الساحة الداخلية للقلعة وتطويرها لخدمة السياح وترميم الجزء الرئيسي للقلعة والأسوار المحيطة لها .

## المشكلة التاسعة عشر : المشكلات البيئية المتعلقة بالأنشطة السياحية :

◀ مشكلة التخلص من الفضلات بالنسبة للفنادق الثابتة والعائمة .

◀ مشكلة التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المطلة على شواطئ .

◀ مشكلة الصرف الزراعي في بعض البحيرات السياحية .

◀ التعمدي على المحميات الطبيعية والصيد الجائر .

### اقتراح حل هذه المشكلة :

◀ تنمية الوعي السياحي لبيئي لدى العاملين بالمنشآت السياحية .

◀ سن القوانين اللازمة للحفاظ على عناصر البيئة الطبيعية .

◀ المتابعة المستمرة لتنفيذ هذه القوانين ومعالجة المتعدي .

◀ تحفيز المنشآت السياحية على أن تتال شهادة إدارة الجودة البيئية .

◀ اتباع الأسلوب العلمي الخاص بالتخطيط لتنمية سياحية مستدامة .

« التوجه لأسلوب معالجة المخلفات .

**المشكلة العشرون : الآثار السلبية للسياحة على البيئات الفريدة :**

« العديد من القرى السياحية التي أقيمت على سواحل البحر الأحمر - عمد البعض إلى ردم الشاطئ لتوسيع الحيز المتاح للقرية حيث تبين أن ردم الشاطئ يطمس الشعب المرجانية - سياحة الصيد - نتج عنها استنزاف هذه الأنواع .

« رالي مصر الدولي - مثل هذه المسابقات تتسبب في تلويث المناطق التي تمر بها على الرغم من احتواء مصر على ٢٤ محمية طبيعية إلا أنه لم يتم استغلال هذه الأماكن بصورة كاملة .

« الرياضات المائية بكل أشكالها وما تسببه من أضرار على الشعب المرجانية .

« التلوث الجمالي المتمثل في الغابات الأسمنتية على طول الساحل الشمالي .

**اقتراح حل هذه المشكلة :**

« ينبغي على الجامعة القيام بدور في إعداد الكوادر البشرية التي تصلح لإعداد وتصميم وتنفيذ البرامج البيئية المختلفة .

« الاهتمام بالمحميات الطبيعية في مصر على نحو أفضل .

« الانتباه إلى فكرة أن من يضر بالبيئة يدفع نفقات الضرر .

« بالنسبة لسباقات الدراجات البخارية والسيارات التي تقام في مصر لابد من اختيار خطوط سير السباقات الصحراوية بعيدة عن أي تعارض مع المحميات الطبيعية .

« العمل على زيادة الوعي لدى المواطنين بمفهوم "الانتمية للمواطنة" .

**المشكلة الواحدة والعشرون : أزمة الإرهاب الدولي التي تواجه المنتج السياحي**

الإرهاب أصبح ظاهرة دولية لها آثار مدمرة لكثير من الدول على الأرواح والمنشآت والأموال .

### اقتراح حل هذه المشكلة :

- « العمل على تكثيف التعاون الدولي مع الدول العربية والأوروبية والآسيوية لرصد حركات المجموعات الإرهابية وتقويض حركاتها .
- « توفير شبكة اتصالات فعالة على كافة المستويات لتوفير المعلومات عن شبكة الإرهاب الدولي .
- « عقد المؤتمرات لمكافحة الإرهاب الدولي والاستفادة من خبرات الدول الأخرى المتقدمة واستخدام أحدث الوسائل ضد الإرهاب .

### المشكلة الثانية والعشرون

قلة استخدام وسائل الإعلام لنشر الوعي السياحي بين المواطنين .

### اقتراح حل المشكلة :

- الاستعانة بالشخصيات المثقفة ووسائل الإعلام المختلفة لتحقيق التوعية السياحية لدى المواطنين .
- المشكلة الثالثة والعشرون :

ضياح اعتمادات الرحلات لدخل الجامعات والمدارس والمعاهد .

### اقتراح حل المشكلة :

- توزيع هذه الاعتمادات على عدد من الرحلات يتم القيام بها على مدار العام ويتم الإعلان عنها منذ العام الدراسي .
- المشكلة الرابعة والعشرون :

تكدس النشاط السياحي في فترات محددة مما يؤدي إلى ارتفاع أسعار الخدمات السياحية والضغط المفاجئ على المرافق .

### اقتراح حل المشكلة :

- « تنوع البرامج السياحية بين كافة المناطق السياحية بمصر بدلا من التركيز على أماكن الاصطياف فقط .
- « عدم توحيد مواعيد بداية ونهاية العام الدراسي بين جميع المحافظات .

« توافر البرامج السياحية على مدار العام والإعلان عنها للقبضاء على موسمية النشاط السياحي .

#### المشكلة الخامسة والعشرون :

غياب الإحصاءات عن حركة السياحة الداخلية وعدم رسم مياسة ثابتة لكافة الهيئات والشركات العاملة في مجال السياحة الداخلية .

#### اقتراح حل المشكلة :

« وضع السياحة الداخلية في الاعتبار تماما مثل السياحة الواردة من الخارج عند التخطيط وتوفير الإحصاء عن السياحة الداخلية لمعرفة معدلاتها وكيفية زيادتها والتعرف على المشكلات التي تواجهها .

« تشجيع الأثرياء على قضاء الإجازات بمصر بدلا من السفر للخارج .

#### المشكلة السادسة والعشرون : انتهاز الأمن السياحي

#### أسباب المشكلة :

« القيام بالجرائم الفردية .

« ظواهر السلب والسرقات .

« قلة الالتزام بالقوانين .

« انتهاز الأمن في منطقة الشرق الأوسط .

#### مقترحات حل المشكلة :

« تفعيل دور أفراد المجتمع ومنظماتهم ومؤسساته من أجل تحقيق الأمان من داخله.

« قيام الدولة بدورها التنظيمي ومن القوانين اللازمة لنشر الأمن :

« عقد المؤتمرات والندوات لمعالجة القضية الأمنية على الصعيد الرسمي .

« دعم جميع الاتحادات المهنية وخاصة المتعلقة بالنشاط السياحي بالقوانين والنظم المتعلقة لكيفية المحافظة على الأمن .

« تعريف جميع المؤسسات والشركات بواجباتهم الأمنية تجاه العاملين



والمعاملين معها .

وهذه قائمة بالأبحاث المقدمة من الدارسين وأسمائهم :

المشكلة	الدارس
توغل دور الشركات دولية للنشاط في الاقتصاديات النامية للتأثير السلبي للإرهاب على صناعة السياحة	إلى إبراهيم الحصري هبة عبد المحسن عبد القادر
الأزمات السياسية وتأثيرها على حركة السياحة في مصر السياحة الداخلية في الإسكندرية	سارة عاطف محمد الموجي دعاء صبري زكريا
المشاكل السلوكية الناجمة عن الازدهار السياحي مشكلات سوء التخطيط السياحي للمناطق السياحية الساحلية	دينا السيد عزلم
دراسة تطبيقية لإقليم الساحل الشمالي الغربي للإسكندرية للتأثير السلبي للنشاط السياحي على البيئة الطبيعية أهم المشكلات التي تواجه تنمية الآثار الفارقة في الإسكندرية مشكلة قياس الأثر الاقتصادي للسياحة (حساب الدخل) موسمية القطاع السياحي بالتطبيق على الإسكندرية تضالول نمبة السياحة الحربية البيئية	إيمان أحمد عبد الفتاح ريهام يس حميدو يس إلى إبراهيم الحصري أحمد موسى محمد أسماء محمد أحمد محمد أسماء محمد أحمد محمد
مشكلات التنمية السياحية في إقليم البحر الأحمر مشكلة تأثير النشاط السياحي باتفاقية الجات المتغيرات الاقتصادية وتأثيرها على السياحة تنمية سياحة الآثار الفارقة في مدينة الإسكندرية التحديات التي تقابل صناعة النقل الجوي رسوم الخدمة في المنشآت السياحية مرفوعة من الخدمة المعوقات التي يتعرض لها شركات الطيران في مصر التكس وسوء التخطيط العمراني في منطقة علمود السواري ازدحام المناطق الأكثرية بالسكان	محمد سعيد خضر غادة جميل شاهين سارة عاطف محمد الموجي غادة جميل شاهين شيماء إبراهيم السيد شيماء إبراهيم السيد علياء مصطفى مدحت شريف فتحي إبراهيم محمد سعيد خضر

## المشكلة

مشكلة السياحة وتسربات النقد الأجنبي

تسرب الآثار المصرية للخارج

سياحة اليخوت مازالت تهرب من مصر (رحلة غذاب)

اغتيال البر الغربي بالأقصر

المطارات - فوضى للرحلات السياحية

مشكلة التكدس في الموسم السياحي

ارتباط الطلب السياحي بمستوى الخدمات

انخفاض أو محدودية العائد الاقتصادي الناتج عن السياحة

تصور دور أجهزة السياحة في مصر إعداد وتخطيط وتنفيذ

الحملات الدعائية

النشاط السياحي يخضع لظروف خارجية

التعاون السياحي العربي وأثره على التفلق السياحي إلى مصر

الصعوبات التي تواجه النقل الجوي

الصعوبات التي تواجه النقل النهري والبحري

التوسع غير المدروس للمنشآت الفندقية المطلة على

الشواطئ والإضرار بالشعاب المرجانية

انخفاض مستوى التدريب السياحي داخل معاهد وكليات

السياحة والفنادق

نقص الوعي السياحي

انخفاض الوعي السياحي في مصر

معوقات السياحة الداخلية في مصر

نتخلت القرارات السياسية في شئون شركات الطيران

لكارثة رحلة في نهر النيل

الصعوبات التي تواجه النقل السياحي في مصر

سلوكيات العاملين بالشركات السياحية وتأثيرها على جودة

## الدارس

محمد عبد العظيم عبد الحميد

محمود أحمد عبد الرؤوف

إبراهيم هبة العزيز غانم

منال إبراهيم محمود حسن

منال إبراهيم محمود حسن

منال إبراهيم محمود حسن

منال إبراهيم محمود حسن

أحمد موسى محمد جمعة

سارة عاطف الموجي

محمود أحمد عبد الرؤوف

إبراهيم عبد العزيز غانم

رشا محمد محمود

رشا محمد محمود

أحمد رجب أحمد غازي

إيمان محمد محمد عيد

إيمان محمد محمد عيد

أحمد موسى محمد

سلمى محسن مسعد أحمد

إيمان عبد الفتاح محمد

ماريام جوزيف حكيم

إبراهيم عبد العزيز غانم

هبة يسري محمد سليط

للمنتج السياحي

سلمى محسن مسعد  
سمير مصطفى إسماعيل  
نجلاء فتحي محمود غالي  
شيرين أحمد توفيق درويش  
هبة زيدان عبد الونيس  
رشا أحمد عبد الله  
كوثر أبو الفضل الخولي  
ياسمينه غريب محمد  
محمد عبد العظيم عبد المجيد  
علياء محمد السيد يوسف  
رضوى سعد  
بسمه مصطفى كامل درويش  
بسمه مصطفى كامل درويش  
فاتن حامد السيد الشلاوي  
زينب يسري عبد الوعال  
شيماء عادل حسن حسني  
نهى أحمد كامل محمد  
ميراي يوسف زكي  
رضا رمضان محمد حسبو  
رضا رمضان محمد حسبو  
مي حسن حلمي أحمد الزيني  
زينب عبد الحميد عبد الرحمن  
سارة أحمد عبد الفتاح جاد  
كوثر أبو الفضل الخولي

الأثار السلبية للسياحة على البيئات الثرية في مصر  
المشكلات البيئية وآثارها على السياحة وتتميتها في الإسكندرية  
تأثير بعض الأنشطة السياحية على الموارد البيئية  
التدريب السياحي وانخفاض مستوياته  
معوقات التنمية السياحية في مصر وسبل التغلب عليها  
دور التجارة الالكترونية في القطاع السياحي  
عدم وجود تكامل سياحي بين الدول العربية على نحو أكمل  
مشكلات المشاركة للزمنية  
الأثر السلبى للإنترنت على شركات السياحة والسفر  
اثر العولمة على السياحة  
عدم إدراك ماهية صناعة السياحة والوعي السياحي  
الموسمية وتأثيرها على النشاط السياحي  
الإرهاب والسياحة المصرية  
الاستثمار في القطاع السياحي  
مشاكل سياحة المغاري في مصر  
الأثار السلبية للنشاط السياحي في مصر  
تأثير الإرهاب على السياحة في مصر  
معوقات سياحة الليخوت في مصر  
التحديات التي تواجه سياحة كبار السن  
المشاكل التي تواجه الإرشاد السياحي في مصر  
المعوقات التي تواجه النقل البري في مصر  
بعض المشاكل التي تواجه الإعلام السياحي المصري  
عدم فعالية للتسويق السياحي المصري  
لنقل مصر إلى وجود بيئة عمل ابتكارية داخل القطاع السياحي

## المشكلة

## الدارس

من وحمي المحميات	هبة يسري سليم
مشاكل النقل الجوي	هبة عبد العال
عشوائية التخطيط كإحدى للمشكلات التي تواجه المدن السياحية المصرية	رانيا عبد المنصف عبد الجواد
الأثار السلبية للسياحة على البيئات القريّة	وفاء محمد أحمد كامل
قياس جودة البيئات السياحية	وفاء محمد أحمد كامل
حلون بين جمال الماضي وقسوة الحاضر	هاني قرني أحمد
المعوقات الخاصة بتعدد وتضارب الاختصاصات بين الوزارات ووزارة السياحة	عمرو عادل عبد الخالق
مشكلات التسويق السياحي إلى مصر	رحاب محمد عبد العظيم
معابد الكرنك والأقصر تحت الحصار بين العشوائيات والمياه الجوفية	هبة عبد المحسن عبد القادر
الصعوبات المتعلقة بجمع البيانات والمعلومات الخاصة بالعمالة في القطاع السياحي	أميرة محمد الملاح
الأثار الاجتماعية الثقافية السلبية الناجمة عن النشاط السياحي	نهى أحمد كامل محمد
حوادث إرهابية أم اغتيال للسياحة المصرية	فانتن حامد الشناوي
الخصخصة ومشاكلها على المجتمع	سارا عبد العاطي محمد
السياحة المطلوبة على الرف	أميرة محمد محمد الملاح
السياحة ما بين الضرائب والرسوم	زينب يسري عبد العال
المعوقات المرتبطة بالإجراءات الحكومية في إدارة القطاع السياحي	منى فاروق السيد
نقص الهدايا التذكارية في مصر	ميراي يوسف زكي

## موجز لعقبات التنمية السياحية والتنشيط السياحي

بعد أن استعرضنا المشاكل السياحية واهتزلحات حلها من خلال القادة القادمون للنشاط السياحي وهم الشباب الدارس في مرحلة الماجستير فانه من الهام أن نعرف بأن هناك معوقات وليس من المنطقي أن نغفل أو نتغافل عن المشاكل والمعوقات ولا بد أن نتعرض بكل الطرق والوضوح ولأن بداية الحل هو الاعتراف ومناقشة الأمور ثم وضع الحلول .

والمعوقات التي تتعرض نمو الحركة السياحية الدولية في مصر والسياحة الداخلية كثيرة ومتنوعة الجوانب ، ومتشعبة ، يكليدها كل من يعمل في القطاع السياحي بمكوناته المختلفة وبوجه خاص المستثمر .. والحقيقة المرة أن استئراء هذه المعوقات أكثر وأكثر من شأنه عرقلة مستقبل السياحة في مصر .. ولا تسدعي هنا أن السياحة وحدها هي الحل الأمثل للخروج من المشكلة الاقتصادية ، ولكنها ولا شك أهم عامل مساعد إن أحسنا استخدامها كأداة لمياسة اقتصادية جديدة تقوم على تعبئة الموارد الطبيعية والبشرية وإدارتها إدارة علمية سليمة .. سنحاول في هذا المجال الإحاطة بأساسيات هذه المعوقات المؤثرة في حركة التحديق السياحي بصورة مباشرة ، والمعوقات في مجملها تتعلق بإجراءات للدولة ، ومن داخل قطاع السياحة ذاته ، وبعضها يتصل بنشاط المحليات ، ومن هذه المعوقات :

١ . انخفاض درجة التدعيم السياسي والحكومي للقطاع السياحي وخشية الجديد .. في مصر كدولة نامية تبدو ظاهرة خشية الجديد وعدم قبول المشاريع السياحية خشية تحمل المسؤولية وعباء التجربة ، وقد يرجع ذلك إلى الاعتقاد الخاطي بأن الإنفاق على النشاط السياحي يعتبر ضربا من ضروب الإسراف ، ومن الأجدى أن توجه الاستثمارات إلى مجالات أخرى ، مع انخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري للدولة ، وعدم إدراك الجدوى الاقتصادية للنشاط السياحي بصفة عامة ، ورغم كثرة الكلام إعلاميا حول أهمية السياحة للاقتصاد القومي مؤخرا ، وورودها صراحة في خطاب للتكليف بتشكيل وزارة للدكتور كمال الجنزوري ، والذي أرسله السيد رئيس الجمهورية لرئيس

الوزراء ، فإنها لا تزال قطاعا عاليا من قطاعات التنمية الاقتصادية والاجتماعية لوجود بعض الأصول التي تخشى الجديد ولا تؤمن به ، وللاعتقاد بعدم إنتاجية قطاع السياحة في الاقتصاد القومي حتى الآن ، وخاصة وان السياسة الاقتصادية التي تتبعها وزارة الاقتصاد تؤثر تأثيرا مباشرا على السياحة حيث لا تؤخذ في الاعتبار عند واضعي هذه السياسات ، كما أن الدولة لا تفعل ما تفعله الدول السياحية التي درجت على تقديم مساعدات تتمثل في المنح النقدية وللبنية والأراضي للمشروعات السياحية الهامة ، والإعفاء الجمركي الكامل لمستلزمات الإنتاج وسعر الطاقة المخفض والقروض الطويلة الأجل بفوائد بسيطة أو مخفضة ، ومن هنا يتبين للمستثمرين أن السياحة لا تحظى كقطاع اقتصادي بالأهمية التي تعطى لها دول كثيرة منها دول نامية أقل مستوى من مصر مثل تونس ولبنان .

٢. سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة مع الازدياد التضخم .. تشير بعض الدراسات إلى أنه رغم الزيادة النسبية في معدلات استثمار رؤوس الأموال المحلية والأجنبية في مجال السياحة منذ بدء سياسة الانفتاح الاقتصادي بالمقارنة بالسنوات السابقة على العمل بهذه السياسة ، إلا أنه من الملاحظ أن شركات الاستثمار ترفض الدخول بأموالها إلى مشروعات تنمية واستغلال المناطق السياحية وتطوير الخدمات بها ، وتتركز المشروعات في بناء الفنادق ، وإنشاء الشركات للرحلات والسفر ، ونقل السياح وتجهيز المطاعم والكازينوهات والملاهي والنوادي والفنادق المفروشة ، وكلها تتعرض للإهمال والضياع نتيجة سوء الصيانة ونقص الخدمات ومعوقات التشغيل وقبوض الروتين ، ويرجع ذلك إلى اتجاه معظم المستثمرين إلى مشروعات ذات العائد السريع ورأس المال القليل ، ولذا فإن إنشاء مناطق جذب سياحي جديدة تجد تواضعا في الاتجاز القليل كما في سواحل البحر الأحمر وسيناء . وعليه هناك تساؤلات خاصة بسياسات تشجيع الاستثمارات والمخصصات المالية اللازمة لتنمية هذه المناطق ، حيث تلاحظ عدم وجود قواعد واضحة لتشجيع الاستثمار في المجال السياحي عامة ، وخاصة منح الأرض المملوكة للدولة لإقامة

للمشروعات ، مما جعل لكل محافظة أسلوبها الخاص في التصرف في هذه الأراضي دون الرجوع لوزارة السياحة للتنسيق معها في هذا الشأن ، بالإضافة إلى عوائق تدخل أجهزة الحكم المحلي في إصدار ترخيص البناء وإقامة المنشآت الفندقية والسياحية ، ويعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات (صناعية ، مساعدة ، استهلاكية .. الخ) أحد العوامل المؤثرة على الطلب السياحي في مصر ، وقد يرجع ذلك إلى العجز في ميزان المدفوعات نتيجة للزيادة في الاستيراد ، وعدم توازن مبيعات الدعم الحكومي لكثير من السلع والخدمات وانخفاض قيمة الجنيه المصري ، وعدم قدرة أغلب الصناعات المصرية على المنافسة في الأسواق العالمية نتيجة هبوط الجودة ، اللهم بعض المنتجات المحدودة في مجال التصدير مثل السجاد والأدوية ، رغم انبثاق الأيزو وقرب حلول الجات .

٣. نقص الموارد المالية والتنظيمية والتكنولوجية والقيادات .. لا شك أن نقص الموارد المالية والتنظيمية والتكنولوجية من معوقات التنمية ، كما أن الموارد البشرية المدربة والمستوعبة لمهام التنمية السياحية تمثل نفس النقص ، وعدم توافر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمارات السياحية ، وهذه المشكلة أحد القيود على التخطيط السياحي ، كما أن ارتفاع معدل فواتر القروض التي تمنحها البنوك للمشروعات السياحية أدت إلى إفلاس بعضها ، ويندر تولف القيادات الواعية الملهمة المثيرة لهم الجماهير لتحقيق الأهداف التنموية ، كما أن اختيار وتدريب القيادات أمر شاق وضروري من ضرورات التنمية ، حيث أن القيادات الواعية المتحمسة أحيانا ما تقاوم ، وعدم قيام المجلس الأعلى للسياحة بمباشرة اختصاصاته بصورة فعالة سواء في تخطيط الحركة السياحية أو في مجال تنفيذ ومتابعة ومراقبة الخطط الموضوعية.

٤. عدم وجود التخطيط السياحي السليم .. حيث لا يتضح الهدف ولا يتم التنسيق بين الجهات العاملة في مجالات التخطيط ، ولا تتوفر الأجهزة المسؤولة عن الدراسات والبحوث والإحصاءات سواء على المستوى المحلي والقومي .





## **الفصل السابع**

# **الدول المتقدمة سياحيا وأسباب النشاط السياحي بها**



## الدول المتقدمة سياحياً وأسباب النشاط السياحي بها

### أهم الدول في السياحة العالمية

تشتهر الكثير من الدول المتقدمة برعايتها واهتمامها لصناعة السياحة الدولية نظراً لكونها من أهم الصناعات التي تحقق المزيد من الدخل القومي لهذه الدول ، منها فرنسا وأستراليا وسويسرا وإيطاليا وألمانيا والنمسا واليابان وقبرص ومنغافورة وإندونيسيا .

ومن الغريب أن الدول المتقدمة سياحياً والتي تستقبل أعداداً كبيرة من السياح هي نفس الدول التي تصدر السياح إلى البلاد الأخرى -- فالسياحة في هذه البلاد نشطة استيراداً وتصديراً للسياح إذا جاز هذا التعبير لإيمان هذه الدول بأهمية السياحة فقدم السياح يعتبر تدعيماً لاقتصادها ونشر ثقافتها وحضارتها أما خروج مواطنيها للسياحة خارج البلاد فنلك لإيمانهم بأن الترويج والسفر والاستمتاع بالرحلات أحد حقوق المواطنين الأساسية لتجديد النشاط والإقبال على العمل بين الرحلة السياحية أما بالنسبة لكبار السن فهي المكافأة التي ينالوها عند تقاعدهم من العمل . ومن الدول العربية التي تعتمد على السياحة - تونس والمغرب ولبنان والأردن ومصر .

### السياحة في فرنسا

فرنسا هي عاصمة للنور ، بلد الجمال والمعالم السياحية الكثيرة ، والمتعددة قديماً وحديثاً . بلاد الأرياء الراقية والطور الجميلة ، بلاد المتاحف والمدائن الواسعة ، بلاد الحدائق الغناء ، وتضم فرنسا الكثير من الأماكن التاريخية التي تتضح فيها مظاهر تاريخها الأثري والحضري والتي ترجع قيمتها التاريخية والأثرية لزمان بعيد وأهم المقومات السياحية لهذه الدولة .

١. تقسيم باريس وهي عاصمة فرنسا إلى عشرين منطقة ( بلدية ) كل منطقة بدورها مقسمة إلى أربعة أقسام ويدير كامل المدينة عميد البلدية واثنان من

محافظين بمحاولة المجلس العام .

٧. قام اصحاب في باريس ..... لا يطعم الكثيرون أن باريس ميدان نوري هام  
من اعتبار رابع ميناء فرنسي بعد مرسيليا واليتر وننكر . ويرتبط نهر  
سين بفضل القنوات عند آخر من الأنهار الفرنسية والأوروبية ( اللور -  
الراين - الموس ) ..... ويتم استيراد وتصدير كميات كبيرة من احتياجات  
المدينة نهرياً . هذا بالإضافة إلى شبكات النقل البرية والجوية .

٨. هناك مطاران دوليين هما أورلي وشارل ديغول بالإضافة إلى مطار  
الورجية . ويعتبر مطار شارل ديغول خامس أهم مطار في العالم . وأورلي  
سابع مطار عالمي .

٩. وفي باريس عدد من أهم محطات القطر الأوروبية بحيث يمكن التنقل  
بسهولة باستخدام القطر إلى جميع العواصم البريطانية لندن ، حيث تم افتتاح النفق  
الذي يربط بريطانيا بفرنسا تحت بحر المانش في مايو ١٩٩٤ م ويفضل  
القطارات كثيرة السرعة ( T. G. V ) والتي ليس لها مثل في العالم تمكن  
ناظر بلوغ كافة المدن الفرنسية لكثرة الطرق البرية التي تكون أكثر الشبكات  
البرية اتصلاً وانتشاراً في أوروبا .

٥. يمكن القول .... أن باريس تنقسم جغرافياً إلى قسمين ويعود تاريخ تخطيط  
شوارعها إلى القرن التاسع عشر تحت إشراف البارون جورج هانوس مان  
محافظ المدينة أيام نابليون الثالث والذي عمل على أن تكون للديانين  
والشوارع مستقيمة وممتدة حول دوائر مرور مركزية وذات حدود معمارية  
هامة تتفرع منها الشوارع الأضلاع عرضاً القسم الأول من المدينة يمثل الضفة  
اليسرى من النهر أو الـ ( ريف غوش ) ويضم قطايع الحكومة والجامعة  
بالإضافة لعدد من أهم معالم المدينة مثل برج إيفل المشيد بمناسبة المعرض  
الدولي الأول عام ١٨٨٩م ويجوله متحف الأورس .

٦. وهناك العديد من الحدائق والمتنزهات التي تحفل بها باريس والتي قد تمثل

المكان المناسب لنزهة ممتعة ، وساحات لعب للصغار بعيداً عن خطر السيارات . وحول العاصمة أكثر من ٤٨٦,٥٠٠ شجرة أي ما يعادل ٤٤ شجرة في الهكتار ، وكذلك بما يعادل شجرة كل خمس أشخاص وهذا بناءً على إحصاء عام ( ١٩٩٧ م ) تنتشر على مساحة ٣٣٧ هكتار بالإضافة إلى غابتي فانسنيه وبولونيا للملاصقتين ( ٢٠٠ هكتار ) أما أقدم شجرة في المدينة (شجرة سنط ويرجع تاريخها إلى سنة ١٦٠ م وهي توجد في ميدان فيفاري) .

لن بارك أندريه سترون .

لن حدائق دو باسان دولار سنك . وهي ترجع إلى سنة ١٨٠٦ م وهي في الحوض الذي يربط قناة سان مارتان بنهر السين .

لن ميدان صحراء دولوتيس .

لن حديقة أتلانتيك .

لن حدائق سيردوتاي .

لن بارك دويانمك .

لن " الميادين الباريسية " .

فيما يلي أسماء بعض الميادين الباريسية الهامة والتي يتجه السياح لزيارتها لتمييزها في جمال العمارة الفريدة أو لشهرة مجالاتها التجارية الرقمية . أو تاريخها العريق.

١. ميدان الباستيل : أخذ اسمه من سجن الباستيل الشهير وهو موقع للأحداث التاريخية الهامة والحديثة ، ويتوسطه عمود الباستيل الذي تمت إقامته لضحايا ثورة ١٧٨٣ م وتحيط به أحداث أوبرا فرنسية ١٩٨٩ م ويقع غير بعيد عن قناة سان مارتان .

٢. ميدان دوغشان : يرجع للقرن ١٧ وهو ثلث ميدان ملكي في فرنسا ويمتاز بعماراته البيضاء على شكل مثلث .

٣. ميدان كاروسيل : فيه قوس النصر كإروسل وهو موقع قصر التويليري ولم

يتبق منه سوي بوابة الدخول وبالتالي هو علي مقربة من متحف اللوفر وحديقة  
التوليري .

٤. ميدان دنفريد روشرو : اسم الكولونيل الذي قاوم الألمان في مدينة بلغور في  
عام ١٨٧١ م مقاومة بالغة يتوسط الميدان معلم معماري ضخم محاط بثمانيل  
برونزية .

٥. ميدان إيتالي : من ميادين باريس القديمة ويقع غير بعيد من الحي الصيني  
تكثر به المطاعم والمحلات الصينية والآسيوية .

٦. ميدان ناسيون : ومعناه مدينة الأمة وكان يسمى ميدان العرش بسبب العرش  
الضخم الذي شيد في عام ١٦٦٠ م لاستقبال لويس الرابع عشر وزوجته ساعة  
وصولهما لباريس ، إلا أن الثورة هدمت العرش ونصبت المقصلة وسمت  
الميدان بميدان العرش المقلوب ، ولم يأخذ المكان اسمه الحالي قبل ١٨٨٠ م  
حيث احتفل به للمرة الأولى بالعيد الوطني ١٤ يوليو ويتوسط الميدان مجموعة  
برونزية تخذ للتصاير الجمهورية .

٧. ميدان سان ميشيل : نقطة انطلاق من الحي اللاتيني بجامعة السربون  
الشهيرة ولقد ظل الحي معروفا باسم حي الطلاب منذ انتقال الجامعة إليه من  
القرن ١٣ وازدادت التسمية دلالة بعد أحداث شهر مايو ١٩٦٨ م والتي  
تظاهر فيها الطلبة احتجاجاً علي نظم التعليم وحيث أدت احتياجاتهم إلي  
تغيرات اجتماعية ومياسية هامة . ويمتاز الميدان بنافورة التي تمثل القديس  
ميشيل يطعن تنينا .

٨. ميدان فالنوم : من أضخم الميادين الباريسية بالفنوم بسبب وجود منزل  
النوق فالنوم فيه ، ويرجع إلي عهد لويس الخامس عشر وكان قد انتهى  
العمل فيه عام ١٧٢٠ م ليصبح موضعاً لتمثال ضخم للملك لويس الخامس  
عشر أثناء الثورة ، والميدان ذو شكل ثماني أضلاع وحل في نفس الوقت ،  
ويوجد في الساحة التي تشتهر ضمن أشياء أخرى بمحلات المجوهرات الفخمة

وأحد أرقى الفنادق الباريسية ، ويتوسط المكان عمود علي ارتفاع ٥٠ م علي هيئة تمثال نابليون الأول تحيط به برونزيات مجسمة تذكر بانتصارات الإمبراطور وهي مصنوعة من ١٢٠ مدفع من معركة أوسترايز أقيمت خصيصاً لهذا الغرض ويتصل الميدان بميدان الأوبرا بشارع السلام .

٩. ميدان دولا ريبوبليك : من الميلين التي تم تنفيذها عند قيام البارون هوسمان بإعادة تخطيط باريس عام ١٨٥٤ م ويتوسط ساحته الضخمة معمار برونزي مجسمة عليه أهم أحداث تاريخ الجمهورية ، وهو أيضاً ميدان المظاهرات للشعبية الضخمة وساحات للحفلات الشعبية الهامة لاحتفالات العيد الوطني ١٤ يوليو .

١٠. ميدان دولا يرامين : ميدان صغير يتوسطه تمثال القديس جان ذاك عام ١٨٧٤ م وهو منطلق للمظاهرات اليمين المتطرف في ١٢ مايو من كل عام .

١١. ميدان جيرمان : من أشهر ميادين الضفة اليسرى لنهر السين يقع علي مقربة من الحي اللاتيني ، ولقد كانت نولديه تحت الأرضية المنتشرة في الشوارع المحيطة وفيها ولدت الوجودية . كذهب فلسفي للفيلسوف الفرنسي الشهير سارتر .

١٢. ميدان شاتليه : الاسم من منحة شاتليه الكبيرة ، تم بناؤه للنفاع عن جسر أوشانج للقريبة والتي دمرت في عهد نابليون الأول . إلا أن الغرض من تنفيذ الميدان بشكله الحالي يرجع إلي نابليون الثالث ، وفي وسط الميدان ناقوس وناقورة شاتليه التي يتوسطها عمود ١٨٥٨ م محط بتمثيل رأس أبو الهول الذي يرتفع تخليداً لانتصارات نابليون الأول ويحيط بالميدان مسرحان كبيران هما مسرح المدينة ومسرح شاتليه .

وفرنسا من أولى دول العالم تقبما في النشاط والجذب السياحي لما تمتلكه من مناطق سياحية وآثار تاريخية ذات جمال بديع ، إنها واحدة من أهم المقاصد السياحية التي يقصدها السائحون من جميع جهات العالم بلغ عدد الزائرون

إليها عام ١٩٩٥ حوالي ٦٠ مليون سائح ، وبلغت عائداتها من السياحة ٢٧,٩٤٧ مليار دولار وتعد من أكبر دول العالم التي تصدر السائحين إلي الخارج ، وهي من اكبر الدول التي تتفق علي السياحة في الخارج حيث بلغ إنفاقها علي السياحة حوالي ١٧,٧٤٦ مليار دولار حسب تقرير منظمة السياحة العالمية لعام ١٩٩٧ ، بلغ عدد الرحلات للقائمة إلي فرنسا عام ١٩٩٥ حوالي ١٦ مليون رحلة عالمية وبحسب تقدم السياحة بها تلخذ فرنسا علي عاتقها حاليا القيام بخطوات جادة وواسعة لأجل النهوض بالسياحة العالمية ، كما تهتم بالترويج لها ، ومجلس الوزراء الفرنسي به وزير مسئول عن السياحة يسمى بوزير السياحة ، وتمتلك فرنسا العديد من الشركات السياحية ومنظمي الرحلات ، وليس من العجيب أن تكون فرنسا أولي دول العالم تقدما ونمواً في مجال السياحة ( تتساوى مع أسبانيا في المرتبة إلا أن الدخل القومي لأسبانيا أكبر ) حيث تشهد تنوعاً في مصادر السياحة ، ويرجع ذلك كله إلي تراثها التاريخي والثقافي الجذاب ومدنها الجميلة الرائعة ولاسيما باريس المدينة السياحية الأولى في العالم أضف إلي ذلك مدن أخرى ذات منتجعات سياحية مثل منتجعات نيس وكان والمراكز الرياضية في الألب وبييرنيس ، وتتميز فرنسا بطقس متميز وجو مشرق وعاصمتها باريس المدينة السياحية التي تستقبل ١٠ مليون زائر سنويا ، ومن المدن الجاذبة للسياحة في فرنسا أيضا مدينة فيرماسي ومدينة أورليانس التاريخية ومدن أخرى ذات طبيعة جميلة ساحرة بها كل التسهيلات ، وأماكن ممارسة الرياضيات مثل بوندو وماكون ولقد أصبحت فرنسا من الدول السياحية العظمي كما أنها عضو بالاتحاد السياحي الأوروبي .

### من العوامل التي ساهمت في تقدمها سياحيا :

١. الظروف الطبيعية : أن أهم ما يميز فرنسا انتشار الأنهار والجبال والمناطق الطبيعية ، ومن الأنهار التي يمكننا ذكرها السين واللوار والجاندون والسرون ومن الجبال جبال الألب والتوج علي حدود إيطاليا وسويسرا والبرانس علي حدود أسبانيا وهذه المناطق الطبيعية ذات طبيعة جميلة وكانت عاملا هاما



في جذب السائحين لفرنسا .

٢. مناخها يختلف بالبحار خاصة المناطق الساحلية وتتمتع فرنسا بمناخ معتدل ،  
ووسط فرنسا مناخ شديد البرودة شتاءً وجار صيفاً أما جنوبها المعتدل علي  
البحر المتوسط فهو جاف صيفاً دافئ ممطر شتاءً ، وبمناخها هذا تعد  
متميزة حيث تصكك واحداً من أهم مقومات السياحة وهو المناخ المعتدل .

### سكان فرنسا :

١٠,٠٠٠ مليون نسمة وهي من الدول التي تحافظ علي استقرار النمو  
السكاني فيها وترتفع كثافة السكان في المناطق الصناعية والمدن السياحية . تشارك  
فرنسا دول الاتحاد الأوروبي في اتباع سياسة اقتصادية مشتركة تعتمد علي سوق  
محد ومدر موحد ، وحرية تنقل ، ومرور داخل دول الاتحاد الأوروبي ، كما  
شهدت فرنسا تقدماً ونهضة تكنولوجية حيث توسعت بها الصناعة وتطورت ،  
وتوجد بها العديد من المصانع التي تصنع السيارات والطائرات والقطارات ، ولقد  
أحدثت الأبحاث العلمية بها تطوراً هائلاً في الصناعات الإلكترونية ولقد شاركت  
فرنسا في جميع المؤتمرات العالمية في مجالات وقاية عن أخبار الساعة عن  
فرنسا .

ومن أهم إسهامات المجال التكنولوجي في مجال السياحة تقديم معلومات  
عن المناطق الطبيعية والجغرافية والتاريخية السياحية في مدن فرنسا المختلفة  
ومعلومات عن آثارها المختلفة ومناطقها السياحية ذات الجذب السياحي .

### النشاط السياحي في فرنسا :

أن فرنسا تتمتع بالعديد من المزايا مما جعلها بلداً سياحياً بالدرجة الأولى  
حيث تتواجد بها الأماكن التاريخية العريقة والكاتدرائيات والكنائس والقلاع القديمة  
ذات النقوش الفنية الرائعة ، كما يوجد بها ساحل الريفيرا الجميل وهو مقصد  
العديد من السائحين ، ومن أهم مظاهر النشاط والتنمية السياحية بها أيضاً تواجد  
المدن الصغيرة علي قمم الجبال حيث تنتشر رياضة تسلق الجبال والترحلقي علي

الجليد وغيرها من الرياضات . وكذا التسهيلات الخاصة بممارسة تلك الرياضات .

أضف إلي ذلك انتشار المتاحف في أرجاء كثيرة من مدنها ومن معالمها الحضارية : دار الأوبرا أعرق معالم الحضارة الفرنسية ، ومتحف اللوفر أعظم متاحف العالم ويرج إيفل صاحب الشهرة العالمية وقوس النصر ، والقلب المقدس وقصر الإليزيه وقصر الكونكورد ، وغيرها من الأماكن الأكثرية التي يمكننا إدراجها تحت ما يسمى بالسياحة الثقافية . ومن المناطق الطبيعية بها المدن والمناطق الساحلية علي البحر المتوسط والمحيط الأطلنطي حيث تشتهر مثل هذه المناطق بالصيد البحري .

كما أن هناك عدة أسباب أخرى كان لها أكبر الأثر في تنمية وتقدم السياحة في فرنسا ومنها :

١. تمتعها بموقع جغرافي فريد .
٢. اتصالها بسهولة مع جميع دول أوروبا .
٣. سهولة النقل الداخلي بها .
٤. وتتمتع بطرق ممتازة من السكك الحديدية والطرق البرية والمارية .
٥. كما يوجد بها أكثر من ١٥٠ مطاراً دولياً مما يجعل حركة الطيران سهلة ولاشك أن كل هذا كان له عظيم الأثر في تقدم السياحة في فرنسا .

### **أثر الفن في حياة الفرنسيين الثقافية والاجتماعية :**

هناك العديد من التجمعات الاجتماعية التي ينتمي إليها الشباب في الأندية حيث يمارسون الرياضات والاستمتاع بالفنون والموسيقى ، والشعب الفرنسي شعب راقي متحضر يحافظ علي أنفاته وجماله ، وله شهرة عالمية في مجال الأزياء فهناك العديد من بيوت الأزياء في فرنسا أضف إلي ذلك اشتهارهم بإنتاج الطور ، وتعكس الأحياء الفرنسية حياة فنية رائعة يمتزج فيها النحت والمعمارة والفن التشكيلي ، ومن الأمثلة علي ذلك دار الأوبرا والتي تعد مسرحاً فنياً رائعاً وبرج إيفل وكنيسة نوتردام ولويرا جرائيه وقوس النصر والقلب المقدس .

وكل هذا يعكس فن العمارة والنقش الفرنسي وأيضاً متحف اللوفر بأقسامه والتي تضم الآثار العربية والإسلامية واليونانية والرومانية والأدوات الفنية والتماثيل واللوحات والفنون الكتابية .

### أهم المدن السياحية في فرنسا :

١. مدينة باريس : العاصمة وتعد مركزاً حضارياً وسياحياً هاماً في فرنسا وبها كثير من الآثار الفرنسية ومقصداً للحديد من السائحين من كل دول العالم .

٢. مدينة بوردو : أهم مدن فرنسا السياحية المليئة بالفنادق والمطاعم والمقاهي والأحياء الأثرية والحدائق العامة وحدائق الحيوان وتشتهر بممارسة الرياضات .

٣. مدينة ماکون : موقع سياحي هام تنتشر بها الشوارع القديمة والأماكن المطلية علي البحر غنية بالمناطق الطبيعية ذات شهرة دولية حيث تتواجد بها مزارع العنب وهي مركز سياحة لممارسة الرياضات .

٤. مدينتي مرسيليا وطولون : من المدن الساحلية الهامة علي ساحل البحر المتوسط .

٥. مدينة الهامز علي بحر المانش : من المدن الهامة أيضاً ويمكننا ذكر بعض الفنادق بدولة فرنسا مثل : فندق بولير - فندق لوندريه - فندق سويديه - فندق ريجينا - فندق بارانيس - وفندق تروبادور .

### مدينة كان عاصمة الصيف الفرنسي :

تشتهر مدينة كان الفرنسية والتي تقع علي شاطئ البحر المتوسط بكونها مركزاً ثقافياً وأوروبياً مهماً ، ومسجد الزائر إلي هذه المدينة في شهر مايو صعبة كبيرة في الحصول علي غرفة في فندق لو في الحصول علي سعر مناسب ، فأغلب الفنادق تطلب أسعارها الرسمية العالية في هذا الشهر بحكم أن ضيوف مهرجاناتها جميعهم من القادرين علي تحمل هذه المصاريف الباهظة ، فإيجار غرفة في فندق كارلتون تبلغ ٦٥٠ دولاراً لليوم الواحد لشخصين ، وأما غرف

فندق مارتييز فاتها توجر خلال هذا الشهر بمبلغ ٦٠٠ دولار اليوم الواحد .

بل إن الأماكن الشاغرة في الشوارع توجر للسياح ، فتوضع كرسي توجر منفردة في الشوارع التي تمر فيها موكب الممثلين ورجال الفن وصناع السينما بمبلغ يزيد عن خمسين دولاراً للكرسي الأمامي وثلاثين للكرسي الخلفي ، وهذه الأسعار لا تشمل أطعمة أو مشروبات ، فهذه أجرة خاصة لها . يدفعها عشاق وطلاب الفن السينمائي والمعجبون به . وتتخفّض الأسعار إلي أقل من النصف في المواسم الأخرى بما في ذلك موسم الصيف السياحي المميز في هذه المدينة .

### **مهرجانات الصيف بلا توقف :**

تقدم مدينة كان مهرجانات صيفية ممتعة تحقّق التلقّق السياحي وتجلب السياح من كل أنحاء العالم . بل أن هناك مطاعم هامة ومراكز ترفيهية تفتح أبوابها في فصل الصيف فقط ، بسبب النجاح السياحي المنقطع النظير .

يتميز مهرجان الصيف في مدينة كان بروح تختلف عن مهرجانات المدن الأخرى ، فالايطيية الثقافية لا تغادر هذه المدينة عندما تغادرها قوافل صناع الفن السينمائي ، بل تبدأ قوافل الفنون الأخرى ، ففي هذا العام تم استدعاء ٢٥٠ شخصية فكرية وثقافية ، من كل أنحاء العالم ، بدعوة من بلدية هذه المدينة لتنشيط السياحة ، ومن هؤلاء المدعوين رؤساء سابقون لبعض الدول ، ومنهم الممثلون والكتاب ورجال الأعمال ، وسيكون هناك مهرجان للنقاش معهم لفكرة واحدة ، وهي لماذا هم مدعوون ؟ وكيف يمكن للإنسان أن ينمي الإبداع . وهذه المناقشات تتم خلال شهر يوليو من كل عام ، وتكون المقابلات معهم - لبعض منهم - منقولة علي التلفزيون مباشرة ، كما أن هناك كتاباً يصدر عن أفكار الشخصيات القيادية والفكرية وعن سر إبداعهم .

كما أن مهرجان الضحك والفكاهة أيضاً يبدأ مع بداية الصيف ، ويصاحب المهرجان الجدل الذي هو مهرجان البحث عن الأبدان ، لذا فإن هذا المهرجان هو تظييف للجو الحاد الذي تقدمه بلدية هذه المدينة في برنامجها السياحي الثقافي .

## الشاطئ لا يكفي :

وتقع مدينة كان على البحر ، وشاطئها من أجمل الشواطئ الفرنسية ، إلا أن المناجح يجد فاعليات سياحية كثيرة تجعل الشاطئ نزهته للثانية وليست الأولى ، فالبلد يفتح الكثير من متاحفه في فصل الصيف ، ويقدم من خلال الصيف الكثير من المعارض الفنية للراقية ، ومن أهمها معرض لرسومات بيكاسو الرسام الأسباني الشهير الذي عاش فترة من حياته في هذه المدينة المحبوبة إلى قلبه ، لذا فإن معرضه من أهم ما يزوره السياح في هذه المدينة .

متحف الفن بالزجاج وهو متحف فرناند ليفر ( Fernand Leger ) وهو في ضاحية من ضواحي هذه المدينة ، ويقدم هذا المتحف ٣٤٨ عملاً فنياً من أعمال صناع الزجاج والتي تعتبر من التحف النادرة ، والتي توضح كيف تطورت تكنولوجيا الزجاج وكيف ارتقت هذه الصناعة في سلم المعرفة المتزايدة وتفسح معروضات المتحف عن الحضارات الإنسانية المختلفة التي مرت بالأجاس البشرية وتتجلى في فنونها التشكيلية والتطبيقية .

وتشتهر هذه المدينة بمطاعمها القديمة وبأكلاتها التي يقبل عليها السياح من كل أنحاء الأرض ، ويفخر الطهاة بأنهم يجهزون طبختهم الشهيرة للسياح في الصيف بعد اختبار لها في فصل الشتاء ، لأن أغلب المطاعم في هذه المدينة تطلق أبوابها في الشتاء ، ويهاجر بعض الطهاة المشهورين إلى العاصمة أو إلى فنادق ريفية في فصل الشتاء ثم تعاود النشاط صيفاً بتجديدات في الأكل والديكور .

## السياحة في أسبانيا

ظلت أسبانيا طوال أربعة قرون منطوية على نفسها ... منفصلة عن دول أوروبا .... تسودها الحرب الأهلية ويسيطر على مصيرها الجيش والكنيسة حتى نهاية الحكم الديكتاتوري بوفاة الجنرال " فرانكو " عام ١٩٧٥ بعد حكم مطلق استمر ٣٦ عاماً ... ثم عودة الملكية بتولى الملك خوان كارلوس "أمور الحكم ..... ثم صدور الدستور في عام ١٩٧٨ .... مما حقق وحدة البلاد مع استقلالية كل منطقة في إدارة شئونها بحكومة محلية منتخبة تتولى أمور التعليم

والثقافة والتجارة والصناعة والسياحة ..... كل هذا يمثل مرحلة فاصلة في تاريخ البلاد .

ومن الجدير بالذكر أن أسبانيا انضمت إلى حلف الأطلسي بعد خمس سنوات من وفاة الجنرال " فرانكو " ، ودخلت تجربة التعددية الحزبية الديمقراطية من أوسع أبوابها محاولة للحاق بالركب الأوروبي الزاحف والحصول على المؤهلات السياسية والاقتصادية التي سمحت لها بأن تنضم إلى عضوية الجماعة الأوروبية عام ١٩٨٦ م .

وما زالت الأجيال القديمة في الشعب الأسباني تترحم على الجنرال فرانكو وتنتظر وراها إلى التراث الحريق وهو يذوب تدريجيا في إطار نسيج أمريكي أوروبي ؟ ولكن الأجيال الجديدة من الشباب لا تجد لديها الوقت أو الرغبة أو الاستعداد للتفكير فيما مضى فمجار التزم للثابت هو ما حققه أوروبا من تقدم .... وما تحققه شعوبها من مكاسب عن طريق الرخاء ... وما تتطلع إليه من حرية .... وما تتمتع به من حقوق .... والمعروف أن الأسباني يدين بالولاء لسوطين : وطنه الأكبر أسبانيا ووطنه الأصغر الإقليم الذي ينتمي إليه فإنه يعتر جدا به إلى درجة التعصب .

وعلى سبيل المثال فإنه لا يمكن اعتبار منطقة كتالونيا مجرد مقاطعة جغرافية أو اقتصادية من البلاد بل هي تشكل عالما قائما بذاته ، له خصائصه .... ويشعر أهله أنهم مختلفون عن باقي أسبانيا حتى في اللغة التي لا يفهمها باقي الأسبان إلا بالترجمة ..... بل وأكثر من ذلك أنهم يصوبون إلى الحكم الذاتي الكامل .... هذا المفهوم لا يختلف في أي منطقة أخرى " كالباسك أو الأندلس " وأن كان يفوقه ...

لعل المفكر الأسباني المعروف أورتيغي يا جاسي Ortega Y Gaset كان على حق حينما أكد في النصف الأول من القرن الحالي ( أن أسبانيا لن تكون موجودة إلا إذا سعت إلى هدف مشترك تحققه خارج حدودها الجغرافية .

ومن هنا نستطيع أن نحلل حماس أسبانيا في الانضمام إلى الوحدة الأوروبية .... رغم الاختلاف الكبير بين شعب كل منطقة .... والنزعة الفردية البحتة في طباع ومزاج الأسبان ..... إلا أنه من المؤكد أن هناك سمات مشتركة تجمع بين كل الأسبان شرقا وغربا وشمالا وجنوبا وهي :

نوم الظهيرة وشرب الماتجريا ولكل البايلا وسماع البندريتا وحب مصارعة الثيران ورقص الفلامنكو .

ولخيرا يمكن القول أن المزاج الأسباني هو أقرب الأمزجة - الأوروبية إلى المزاج الشرقي بليقاعه وأسلوبه في الحياة ..... كدولة من دول البحر الأبيض فالحياة الأسبانية هي اليوم الطويل والليل القصير ، فمن المعتاد أن وجبة الغداء تكون حتى الرابعة ظهرا ..... بينما العشاء يكون في منتصف الليل ..... هذا يختلف تماما عن كل دول أوروبا وإن كان مقلدا لإيقاع الحياة المصرية .

وليس من المبالغة القول بأن للقرية الأسبانية مهما كانت صغيرة وثابتة لأبد أن يوجد فيها كنيسة وحانة وصالة ديسكو ، فإن الشعب الأسباني شعب فنان يحب الحياة ويتنقى الجمال في الفن والشعر والأدب والغناء والموسيقى .

ولاشك في أن شخصية " دون كيشوت " الشهير - الذي كان يجول بين الطولحين - تمثل أصدق رمز للروح الأسبانية ، وهو بطل رواية " فيغيل دي شرفانثيس " ، حيث أنه عنوان البطولة والشجاعة والمثالية والولع والإقدام والتي تعد من السمات المميزة للشعب الأسباني الودود بصفة عامة بالإضافة إلى المزايا الأسطورية التي كان يتحلى بها " السيد " محرر " فالنسيا " في القرن الحادي عشر وعشق شيبمان "

وقد أنجبت مملكتنا قشتالة " وأراغون " كثيرا من الأبطال النبلاء والذين كان غالبيتهم من الفقراء المستعدين دوما لخوض غمار الحروب للدفاع عن الحقوق المعسولة ، وحتى اليوم لا يزال كل أسباني يرى في هؤلاء الأبطال مثله الأعلى .

## الغذاء

لغة البلاد الرسمية هي الأسبانية وهي في الواقع لغة قشتالية من أصل لاتيني أدخلت عليها عناصر من اللغة العربية المحلية في قشتالية .

أما في منطقة برشلونة وحتى البليار شرقا ، فيتكلم الناس لغة " كتالونيا " وفي مقاطعات سكاى وغيوزكوا ونخارا شمالا يتكلمون لغة الباسك المجهولة النسب ، وأخيرا لا تزال لغة مقاطعة غاليسيا هي المساندة ، في أقصى المنطقة من البلاد .

تلك اللغات تعكس الخصائص الثقافية الثابتة في مناطق انتشارها ، وكذلك إرادة الاستقلال التقليدية .

### المطبخ الأسباني :-

الطعام في أسبانيا يحتل مكانة لا يمكن إغفالها فهو يحبر عن أسلوب الحياة فيها . فالوجبات طويلة وممتعة لتوفير فرصة للإستمتاع بالصحة والأطباق الشهية وأجود أنواع المشروبات .

الغذاء هو الوجبة الأساسية ، وعادة ما يقدم فيما بين الساعة الثانية والرابعة والنصف ظهرا أما العشاء فيقدم فيما بين الساعة التاسعة والحادية عشر مساء والأسماع لابد أن تكون محددة في قوائم خارج ودخل المطاعم ، والمطبخ الأسباني يركز على النظام الغذائي الصحي لدول البحر الأبيض المتوسط والذي من أساسياته في الاعداد زيت الزيتون والثوم ، والمنتج اليومي للطازج الى جانب المشروبات فالمزيج الثقافي فيما بين الأقاليم الأسبانية ينعكس على أساليب الطهي المتنوعة ، ومن أهم الأطباق الأسبانية هي المشويات سواء من الخراف والماعز أو الخنازير الى جانب شوربة الثوم والجبن الأسبانية المعروفة بالإضافة الى أجود أنواع الزبيب الأحمر أما الكتالونيين Catalanes فهم الأكثر جرأة وقسرة على الابتكار في الأطعمة الأسبانية وخاصة الاكلات البحرية واللحوم اللذيذة بالصلصة والفواكه المجففة والمكسرات .



وهناك من المطاعم الأسبانية الشهيرة في Sebastin والتي تقدم أنحر أنواع الأسماك والقواقع البحرية على مستوى المطبخ الأوروبي التقليدي

كما تشتهر اندلوسية Andalusya فهي بيت المسكرات الأسبانية الحلوة والتي تعرف باسم الشيرى Sherry إلى جانب روعة شوربة الثوم التي تشتهر به والزيتون الرائع .

كما تشتهر فالنسيا Valencia باطباق الأرز الشهية الرائعة المذاق . ومن ثم فإن أسبانيا تحظى بتمتعها بفن الطعام الشهى والذي يقدم في المطاعم والبارات المنتشرة في كافة أنحاء البلاد ، ويصاحبه لوجود أنواع البيرة والسانجريا Sangria . وهذه المكانة التي تحظى بها أسبانيا في هذا المجال تساهم بشكل غير مباشر في لتعاش حركة السياحة إليها حيث أن فن الطعام وخمته يحل مكانة هامة في اختيار السائح للمقصد السياحي نظرا لجودته ومدى ملائمته للذوق الغذائي العام .

### السياحة والاقتصاد الأسباني :-

والجدير بالذكر أن الحكومة الأسبانية تولى قطاع السياحة اهتماما بالغا لما يلعبه من دور هام كأحد مصادر الدخل القومي الرئيسية وللتعاش هذا القطاع يرجع أساسا إلى الاستغلال الجيد للإمكانات السياحية ، وتوفير الخدمات السياحية بمستوى أداء متميز .... بالإضافة إلى إقامة فنادق ذات مستويات مختلفة ، وإنشاء المشروعات السياحية مع الاستغلال للشواطئ الأسبالية الممتدة الاستغلال الأمثل .

فالتطور الاجتماعى والاقتصادى الهائل بالمنطقة الساحلية أساهمه السياحة التي أقامت مشروعات البنية الأساسية واهتمت بتحسين الخدمات وتعمير الكثير من المناطق مع الحفاظ على التراث الحضارى والثقافى والفنى بها ....

كما إن لإنخفاض قيمة " البيزيتة الأسبانية " أثر إيجابى على للسياحة الأسبانية حيث انخفضت أسعار الخدمات أمام العملات الأخرى .... الأمر الذى أنصاف ميزة جديدة يتمتع بها الساحل القادم إلى أسبانيا .

وأسبانيا ولحده من أهم المقاصد السياحية العالمية ، فقد تأثرت على مر

## العصور بالأحداث والثقافات الشرقية .

كما تتمتع أسبانيا بالعديد من المناطق السياحية بأنشطتها المختلفة . حيث انها مرت مرورا بجميع الحضارات المختلفة والتي أسهمت في التثراء الثقافي والحضارى والفنى فيها ، مثل حضارات الرومان واليونان والفينيقيين والمغاربة والمسلمين والمسيحيين ، وهنا يجب أن نتساءل هل المتاحف فقط هي التي تحوى ثروات الدول وكثورتها ؟ .

الإجابة بالطبع هي لا ، فهذا أمر غير صحيح ، فالثروة الحقيقية للبلاد تظهر في روحها ، في شخصيتها ، في جوها وفي شوارعها ، إلا أن هذا لا ينفي الروائع المحفوظة في المتاحف الأسبانية والتي تعد مزارا هاما للباحث الأسباني وخاصة الذى يسعى إلى فك رموز الحاضر والمستقبل بالعودة والنظر إلى الماضى .

وهناك ثلاثة حقب للفن الأوروبى ، الفن القوطى Gothic وفن الباروك غير المتناسق أو غريب الشكل The Baroque Art والحقة الثالثة هي انتعاش عصر النهضة The Renaissance Art ، وهى واسعة الانتشار في أسبانيا . وعليه فإن : المتاحف وعروض الهواء الطلق والمتاحف والمباني العامة ، المكتبات ، القصور ، والكنائس ، الأبرية الكنائس الرومانية ، وغيرها الكثير من العروض الأثرية تعد نماذج عظيمة للفن من العهد الرومانى وحتى وقتنا الحالى.

أكن ليس فقط للفن والآثار الباقية من الماضى هي عوامل الجذب السياحى في أسبانيا . بل هناك عوامل أخرى للجذب السياحى في أسبانيا .

فهناك الضيافة والحفاوة الأسبانية في استقبال السائحين من مختلف الدول وهو شيء لا ينساه السائح أبدا بعد زيارته لأسبانيا . كما إن مكانة أسبانيا في فن الطعام المتميزة حيث تحتل أسبانيا المرتبة العالمية بعد فرنسا وإيطاليا في إنتاج العذب والمشروبات الكحولية وذلك في كل من " ضيرس " ومالقة و " أليكانتى " . ولا يمكن أن ننسى أن أسبانيا تعد " جنة الليل " فلحركة لا تتوقف أبدا خلال

العطلات الأسبوعية سواء في المطاعم أو الملاهي الليلية والتي تظل مفتوحة طوال الليل

## المدين السياحية في أسبانيا

### ١. مدريد ((العاصمة)) " Madrid "

" أصبحت مدريد " أسطورة أوروبا " حيث يطلق عليها اسم " عاصمة المتعة " وهذا يعنى ما يتمتع به السائح من حرية وأمن ورخاء وسلام .

وهذا ما أقره الكاتب الأسباني ثيرنو جلفان E . Tierno Galvan وهو ما يؤكد لنا ما وصلت إليه مدريد اليوم ، حيث لا يوجد غريب بها ، وهذا نتيجة لما يشعر به السائح من ألفة ودفء عند وصوله إليها ، فلا يشعر بغربة بل يشعر بأنه في وطنه الأصلي .. فمن يزور مدريد ويبقى فيها لفترة - وإن قصرت - فهو يجد صعوبة في معادلاتها فهي مدينة لا تتسي " .

وتحتل مدريد مكانة سياحية " هامة نظرا لما يتوفر بها من أماكن ومناطق طبيعية خلابة ، ومزارع تاريخية متعددة ، ولذا فهي تحظى باهتمام وعناية هيئة اليونسكو UNESCO . كما تمتد في مدريد المباني الأثرية الضخمة جنباً إلى جنب مع المباني الحديثة التي لا تقل عنها قيمة وروعة ، لذا فمدريد وشوارعها تعد قطعة فنية برع الفنانون في صياغتها . كما تشتهر مدريد كمدينة سياحية نظرا لانتشار " Tro - Elros " مصارعة الثيران وراقص الفلامنكو الشهير ، والفنون المختلفة وتجارة التحف ، والتي تنصدر اهتمامات السائحين عند اختيار أسبانيا ، وبالتالي فإن مدريد كمقصد سياحي تشبع ميولهم في الترفية والاستمتاع بمختلف الفنون .

### ٢. الأندلس : " Andalusia "

تقع الأندلس في جنوب أسبانيا ، تطل على البحر الأبيض المتوسط من جهة وعلى المحيط الأطلنطي من جهة أخرى ، ويفصلها عن وسط أسبانيا حاجز طبيعي من سلاسل جبال سييرا مارينا " Sierra Marena "

كما تتمتع الأندلس بأراضى غنية خصبة ، والعديد من المناظر الطبيعية الخلابة ، وجوها المعتدل ، وتعد تلك من العناصر الجانبية للسباح إلى جانب حقوة استقبال أهلها للغرباء والزائرين وأساليب الترحيب المختلفة بهم .

#### ٢. المناشا : " La Mancha "

إن إقليم للمانشا هو الإقليم الأكبر في أسبانيا يغطى مساحة تقرب من ٨٠,٠٠٠ كيلو متر مربع . تتميز بالمناظر الطبيعية الساحرة ، يتخللها سهل متموج يمتليء بطواحين الهواء الشهيرة ، والتي تتميز بها أسبانيا والتي تذكرنا بشخصية دون كيشوت والذي يعد عنوان البطولة والشجاعة والمثالية في أسبانيا ككل .

كما تشمل العديد من المناطق الطبيعية الغنية بالحياة الحيوانية والبرية مثل

Alcaraz , Montes de voleado , Guadala gava and Cuenca .

وبها بحيرة رائعة داخلية تعد مزارا للسباح إلى جانب محمية Las Vabl الطبيعية والتي تعد مزارا رئيسيا لشاق الطبيعة . إلى جانب العدد الكبير من القلاع التاريخية والمزارات الأثرية المنتشرة لجذب السائحين المهتمين بالآثار والسياحة الثقافية .

كما أن الطبيعة الودودة والدافئة لسكانها ، وعاداتهم وتقاليدهم وإمكانية صيد الحيوانات والأسماك والجو الصحي الطبيعي من العوامل الجانبية للسائحين الذين يسعون لتحقيق المتعة والإسترخاء ، ومن ثم تصبح الرحلة عبر المناشا رحلة لا تنسى وتجربة يسعى السائح دوما إلى تكرارها .

#### ٤. نافارا " Navarra "

تقع نافارا في شمال أسبانيا فيما بين إقليم هويسكا Huesca وإقليم ساراجوسا Saragossa وتقدر بحوالى ١٠,٤٢٠ كيلو متر مربع .

تظهر قيمته السياحية في ريفها لأرائع النقى الهادئ وأهله المخلصين ، ولذا تعد نافارا مزارا هاما للسائح الذى يبحث عن الهدوء والاستجمام والاستمتاع بالجو الريفى النقى وكل ما هو طبيعى :

## ٥. بامبلونا : " Pamplona "

هى عاصمة إقليم نافارا ، يقدر عدد سكانها بحوالى ١٨٠.٠٠٠ نسمة تشتهر بكنائسها الضخمة الرائعة والى تعد مزارا سيليا في حد ذاته .

## ٦. توديلا : Tudela

المدينة الثانية في نافارا ، وهى إقليم زراعى من للدرجة الأولى . ظلت تحت الإحتلال المغربى لعدة قرون ، وكان لذلك أبلغ الأثر والأذى يظهر فى كافة شوارعها .

ومن أهم معالمها السليحة " الكاتدرائية " العظيمة والى بنيت بها في القرن الثانى والثالث عشر ، والى تعد تحفة فنية رائعة في حد ذاتها .

ومن المعالم للسليحية الشهيرة بها أيضا البوابة الأصلية التى تعرف باسم " Puerta del Juicio " وأيضا كنيسة سانتا آنا " Santa Ana " والى تم بناءها في القرن الثامن عشر ، وهى تحفة فنية بها من الفن المعمارى ما يجعلها فريدة من نوعها ، ويسعى دائما السائحون إلى زيارتها . والحقيقة أن الزيارة إلى توديلا لا تكتمل إلا بعد تذوق الشورية اللذيذة المصنوعة من الخضروات والى تشتهر بها توديلا والى تصنع من الخضروات المزروعة في هذا الإقليم .

## ٧. إستيلا : (( Estella ))

يوجد بها أعظم الآثار والروائع التاريخية منها كنيسة سان رويال San Royal Palace وهى تحتل الصدارة للسليحة الثقافية في هذا الإقليم بصفة عامة .

## ٨. جزر البليار : " Baleares " وجزر الكنارى (( Canarias ))

يشمل الوطن الأسباني أرخبيل الباليا الواقع في البحر المتوسط ، على مسافة ١٠٠ كم من القارة الأوروبية ، والجزر المعروفة ميوركا Majorque ومينوركا Minorque وإيبيزا Ibiza و فورمينيرا Formentera .

ينعم هذا الأرخبيل بمناخ مستقر معتدل ، وهو غنى بالنباتات . ويحظى هذا

الأرخبيل باهتمام كبير من جانب مسئولى التنشيط السياحى فى أسبانيا ، حيث أقاموا العديد من الفنادق مختلفة المستويات وذلك لخدمة الأعداد المتدفقة من السائحين الذين يسعون للمتعة والاستجمام بـسياحة الـ Sun , Sea , \* Sand

أما أرخبيل الكناري البركانى ينتمى جغرافيا إلى القارة الإفريقية ، فهو إقليم أسبانى . وينعم هذا الإقليم مثله فى ذلك مثل أرخبيل الباليار بمناخ معتدل وطبيعة جميلة ، مما يجعله إقليما سياحيا من الدرجة الأولى .

#### ٩. أندورا " Andorra "

تقع ولاية أندورا على الحدود الفاصلة بين فرنسا وأسبانيا ، وتشمل جملة من الوديان العالية مثل وادى فاليرا على المنحدر الأسبانى من جبال البيرينية بين ارتفاع ١٠٠٠ م و ٣٠٠٠ م ، وقد كانت هذه الولاية فيما مضى تعتمد على الزراعة بنسبة ٤% لأن معظمها جبال إلى جانب إنشاء المصانع فى الوديان العالية لمد الحاجات المحلية وتصدير ما يفرض منها ، أما اليوم فتعتمد أندورا بشكل اساسى على النشاط السياحى وتنفق النقد الأجنبى .

#### اتجاهات السياحة فى أسبانيا :-

مما لا شك فيه أن التغيير السياسى فى أسبانيا منذ أكثر من ٢٥ عاما والتخلص من الديكتاتورية قد تبعته تغيرات قوية وسريعة فى كل المجالات فقد تغير مفهوم السفر للسياحة ولم يعد يقتصر فقط على الطبقات العليا من المجتمع ..... بل أصبح ضرورة اجتماعية للطبقة الوسطى للتعرف على دول وحضارات العالم .....

#### من أين يأتى زوار أسبانيا ؟

تحتل فرنسا بالنصيب الأكبر من عدد زوارها إلى أسبانيا بمعدل ٣٣,٦ % ، أما ألمانيا ١٥,٨ % ، يليها بريطانيا ١٣,١ % ، ثم البرتغال ١٠,٧ % ، بلجيكا ٢,٦ % مولدا ٢,٧ % إيطاليا ٥,٣ % سويسرا ١,٦ % للنرويج ٠,٤ % بـ

دول أوروبا ٧,٦ % والولايات المتحدة الأمريكية ٢,٣ % باقى أمريكا ١,٥ %  
باقى دول ٢,٢ % .

وعن المقصد السياحي المفضل داخل البلاد : -

الشواطئ ٤٩,٤ % للريف والمدن الصغيرة ٤٥,٩ % ، للجبال ٤,١ %

أما المقصد المفضل خارج البلاد : -

< فرنسا ١٧,٧ % - ١٢ %

< بريطانيا ٩,٢ % - ٨ %

**ذروة السفر للسياحة :-**

شهور شهور الصيف ( من يونيو إلى سبتمبر ) ٧٩ %

رأس السنة ( ديسمبر - يناير ) ٩ %

أعياد الربيع ( إبريل )

وهي مرتبطة إلى حد ما بالاجازات عامة والاجازات المدرسية خاصة .

**أسباب سفر الأسبان للسياحة الخارجية**

يسافر المواطن الأسباني للخارج لعدة أسباب منها . :

١. اكتشاف حضارات وثقافات أخرى .....

٢. رؤية العالم ..

٣. قضاء وقت الاجازة على مدار العام ....

٤. الاستمتاع بصحبة الاصدقاء والأهل خلال الرحلة ..

**عوامل اختيار الأسبان للمقاصد السياحية :-**

أوروبا هي بلا شك المقصد السياحي المفضل لسفر الأسبان وإن كان

هناك العديد من الأسباب الأخرى والتي تحدد لختيار المقصد ....

## ١. الموضة السائدة :- ...

لمقصد معين خلال فترة زمنية معينة أمثلا حاليا الشرق الأوسط وأوروبا والكاريبي ، والولايات المتحدة هي الموضة السائدة .

## ٢. عروض الأسعار :- ...

المبدأ المعمول به هو التخفيضات الممنوحة في ظل المنافسة الشديدة بين شركات السياحة حيث تلعب دورا أساسيا في قرار السفر وتحديد وجهة السائح .

## ٣. أسعار النقل الجوي والبحري :- ...

حيث تتنافس شركات الطيران في ظل الحرية الكاملة بالسوق لجذب أكبر عدد من السياح إلى بلادها

## ٤. قرب المقصد السياحة :- ...

حيث يمكن للأسرة أن تتحرك كلها في سيارة وتزور البرتغال أو فرنسا وهي بلاد مجاورة .

## ٥. الدعاية والإعلان والعلاقات العامة :- ...

ودورها الهام في تعريف المقصد السياحي وتحسين الصورة الذهنية عنه سواء للمعاملين بالمجال أو للجمهور بهدف زيادة الطلب ..... وهناك أمثلة واضحة على أثر مثل هذه الوسائل في زيادة الطلب على مقاصد معينة مثل المغرب ، تركيا ، إسرائيل ، النمسا ، المكسيك .

## ٦. مصر كمقصد للسياح الأسباني :- ...

إذا كانت مصر تمثل بالنسبة للسائح الأسباني ثقافة وحضارة ومقصد سياحي يجب أن يزوره مرة خلال حياته..... إلا أنه رغم ذلك لا تقف مصر في المراتب الأولى لاختياره .....

ومن ثم فإن خطة العمل يجب أن تركز على نوع العرض من ثقافة وترويج ورياضة وسفاري وسيولة دينية لجذب شرائح جديدة ..... مع ضرورة إضافة السوق الأسباني " إلى الحملات التثقيفية التي تتم في مصر في أربعة أسواق



أوروبية هي فرنسا - إيطاليا - ألمانيا - بريطانيا لأن السوق الأسباني مكمل للطلاب على مصر حيث يزيد الإقبال منها خلال أشهر الصيف مما يعتبر تشغيلاً للمنشآت السياحية طوال العام .

### تجربة الدول المنافسة لمصر سياحياً بالسوق الأسباني :-

١. المغرب : السوق الأسباني هي ثلثي الأسواق أهمية بعد فرنسا للسياحة المغربية ، وقد يتعاقد المكتب السياحي الوطني المغربي مركزياً مع وكالة Publicities الفرنسية لإدارة الحملة الدعائية في خمس دول أوروبية (فرنسا - ألمانيا - بريطانيا - إيطاليا - أسبانيا) كما تقوم بحملات دعائية متواصلة بالسوق وبالصيف الجماهيرية والمجلات المتخصصة والأسبوعية وكذلك للتليفزيون ..... وتركز الدعاية في السوق الأسباني على أنها أقرب المقاصد السياحية بين

الشرق والغرب تحت عنوان " Reino De Los Sentidos "

٢. تركيا : مرت تركيا في أكثر من تجربة بدأت مع وكالة دعائية واحدة لأكثر من سوق ثم انتهت إلى التعاقد مع وكالة DDD للسوق الأسباني فقط بالدعاية بالصحف والمجلات تحت عنوان " أنت وتركيا " أو " بين الشرق والغرب "

٣. إسرائيل : بدأت إسرائيل الإهتمام للسوق الأسباني منذ ١٩٩٣ بفتح مكتب سياحي مستقل مسئول عن أسبانيا والبرتغال حصل المكتب على ميزانية ضخمة قدرها مليون دولار لعام ٩٤/٩٣ خصص منها ٦٠٠,٠٠٠ دولار للتعاقد مع وكالة Unitros للدعاية والعلاقات العامة ..... تتركز الدعاية بالصحف الجماهيرية والمهنية والمجلات وأحياناً بالتليفزيون وخاصة منطقة كتالونيا ..... وحيث أن قيمة الطلب على إسرائيل صيفاً من أسبانيا مثل مصر ، ومن ثم فإن الدعاية تتضاعف خلال الصيف .

٤. اليونان : تركز في الدعاية على السياحة الثقافية بالآثار والمتاحف إلى جانب الشواطئ والترفيه بعنوان " استمع إلى قلبك " أو " من الصعب أن تجد كل ذلك في بلد واحد "

٥. البرتغال : تقوم الوكالة المتخصصة بالدعاية بالصحف والمجلات الأسبوعية والمحلية في أنحاء أسبانيا تحت عنوان " البرتغال بها أكثر مما تتصور " بالتركيز على ٣ مدن رئيسية : -

« لشبونة مدينة تاريخية أقيم بها معرض Expo ٩٨

« ماديرا ... مدينة مثالية للمؤتمرات

« أزوروس ..... لقاء مع الطبيعة

٦. النمسا : يركز السوق الأسباني على حملة دعائية ذات شقين ..... الأول عن " النمسا " كمقصد سياحي والثاني عن " فيينا " وما تتميز به من مزارات سياحية وأماكن طبيعية خلابة ، وتحقق بها نتائج ممتازة لإمكانية الزيارة خلال عطلة نهاية الأسبوع مع ليلة أو ليلتين .

٧. تايلاند : حملة إعلانات بالصحف والمجلات ..... ومشاركة مع شركات السياحة الكبرى في تكلفة الدعاية للتشجيع على زيادة الطلب تحت عنوان

" تايلاند ... مختلفة ... رائعة "

### خطة التسويق السياحي الخارجى في أسبانيا .

تهدف خطة التسويق السياحي في أسبانيا إلى الحفاظ على مركز الأولوية للسياحة الأسبانية في السوق الأوروبية ، مع تدعيم تنافس السياح من الدول الهامة الأخرى ..... كالولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان .....

### أولا : أهداف هامة :-

١. استمرار الدعاية تحت شعار أسبانيا كل شيء تحت الشمس
٢. تطوير وسائل للحصول على المعلومات عن أى أسواق أخرى تصدر السياحة من خلال دراسة واقعية لهذه الأسواق .
٣. تدعيم التعريف الأكمل بالمنطق السياحية الأسبانية الهامة بما يضمن التسويق الأمثل لها .
٤. تحسين دقيق للعرض السياحي الذى تمتاز به الدول المنافسة في حوض البحر

المتوسط ودراسة مجهولات الدعاية لها .

## ثانيا : أهداف استراتيجية :-

وهنا يجب التمييز بين ثلاثة أنواع من الأسواق

١. أسواق تتمتع بأولوية : مثل الولايات المتحدة الأمريكية وكندا ، واليابان وإيطاليا وذلك لزيادة عدد القدامين منهم أو دعم معدلات هذه الزيادة .
٢. أسواق تحتاج إلى تدعيم : مثل بريطانيا وألمانيا والسويد والدانمارك والنرويج وفنلندا وذلك لتدعيم الأولوية التي تتمتع بها إسبانيا فيها كسوق مستوردة للسياح والتشجيع على السياحة الفردية .
٣. أسواق مستقرة : وتشمل كل من فرنسا وسويسرا وبلجيكا وهولندا .

## ثالثا : أدوات الترويج السياحي :-

١. الحملات الدعاية : - وهي إحدى المقومات الرئيسية في أنشطة الترويج ، وتكون دائما مواكبة للإستراتيجية المرسومة ، بحيث يمكن الحصول على أفضل النتائج . وتقسم إلى حملات دعائية عالمية عامة ، وحملات دعائية محلية في دول معينة وتأخذ في الاعتبار خصائص واحتياجات كل سوق .
٢. المكاتب السياحية الخارجية : وتحتصر وظائفها في تشجيع التدفق من الأسواق العاملة إلى جانب إعداد  
< أنشطة موجهة للجمهور .  
< أنشطة موجهة للقطاع السياحي .  
< أنشطة إعلامية تهدف إلى تكوين صورة مشرفة لأسبانيا  
< أنشطة محددة إلى جزئيات معينة مثل سفريات للشباب ورحلات للمسنين .  
< للمساعدة في تسويق بعض المنتجات بالتعاون مع الهيئات الحكومية  
والخاصة

ومن خلال هذه الوسائل ووفقا للخطة العامة للتنشيط للسياحة الخارجى

توجه أولوية إلى كل من الولايات المتحدة وكندا واليابان وإيطاليا ، وفى أمريكا اللاتينية فإن كل من البرازيل والمكسيك وفنزويلا تعتبر أسواق خصبة للتسويق السياحي .

٣. المعارض والأسواق والمؤتمرات : - حيث تعتبر قاعدة للإتصال بأسواق الدول المصدرة للسائحين وتساهم أسبانيا في كثير من المعارض السياحية العالمية .

٤. أنشطة التضسيد : - حيث تقوم الهيئة القومية لتنشيط السياحة Ture Spana بتضسيد البرنامج العلم للترويج الخارجى وذلك بإعداد الدراسات عن كل قطاع وكذلك إعداد الندوات للعاملين في المجال السياحي لرفع مقدرتهم المهنية ، وتنظيم إجتماع سنوى لمديرى المكاتب الخارجية مع أعضاء الإتحادات السياحية في أسبانيا ليقدم كل منهم دراسة السوق المسئول عنها ويناقش سبل تنشيط السياحة فيها .

ومكذا تعرضنا لمحتويات خطة للتسويق السياحي في أسبانيا مما جعلها على رأس قائمة الدول السياحية العالمية .

### **بعض المقارحات الخاصة بتنشيط اتجاه السياحة الأسبانية إلى مصر**

١. العمل على إظهار العرض السياحي الذى تتميز به مصر " من ثقافة وترويج ورياضة وسياحة دينية ومؤتمرات لتنمية حركة السياحة الأسبانية .

٢. تشجيع مجموعات الشباب على السفر بأسعار خاصة في موسم الصيف مما يحتاجه قطاع الأعمال السياحي المصرى لتشغيل المنشآت السياحية طوال العام .

٣. التركيز على جذب شريحة هامة إقتصاديا وهم كبار السن .

٤. الاستفادة من قدوم سياح أمريكا اللاتينية إلى أسبانيا التى ما زالت ترتبط بها ثقافيا وإغويا وتجاريا والتشجيع على مد رحلتهم إلى مصر الأمر الذى لن يضيف كثيرا في النفقات فضلا عن ارتفاع المستوى المادى لمعظم القادمين

منهم وخاصة البرازيل والمكسيك .

٥. العمل على تنمية الاستثمارات الأسبانية في مشروعات التنمية السياحية في مصر وخاصة منطقتي البحر المتوسط والبحر الأحمر .

٦. الاستفادة من الخبرة الأسبانية في مجالات التسويق والتشيط السياحي ومكافحة التلوث وحماية البيئة والتشريعات الفندقية وإنشاء مارينا اليخوت بمفهومها المطلق في أسبانيا وتنمية العنصر البشري بالتدريب والتأهيل .

٧. تدعيم العلاقات التعاون والتبادل الفني والثقافي بين مصر وأسبانيا كأطار لتنشيط العلاقات الاجتماعية بينهم وبالتالي تنشيط السياحة .

### السياحة في سويسرا

تقع سويسرا في قلب أوروبا ، بلد متحد الثقافات واللغات ، يحدها خمس دول هي : ألمانيا ، فرنسا ، إيطاليا ، النمسا ، جمهورية ليشتناين ، وهي ملتقى الطرق والثقافات والحضارات الأوروبية ، تشتهر سويسرا ببحيرات رائعة ، وبأفخر أنواع الفنادق العالمية التي تقدم أشهى المأكولات التي تتناسب جميع الأنواع ، وتفتخر سويسرا بأنها تحتوي على أفضل شبكة بنوك في العالم ، بالإضافة إلى تصنيع الفخر أنواع الساعات العالمية . وتقام الاحتفالات والمهرجانات في كافة أنحاء سويسرا ، ففي لوسيرن وجستاد تقام مهرجانات الموسيقى العالمية التي تدوم لعدة أسابيع . ويقام مهرجان موسيقى الجاز في منترو ويرن بالإضافة إلى مهرجان الفيلم العالمي في لوكارنو . ولا شك أن زيارة سويسرا للوحة الطبيعية الرائعة من صنع الخالق هي أحد الأحلام التي تراود الأوروبيين والأمريكيين والآسيويين والأفارقة .

### جولة في سويسرا

الانطباع الأول الذي يلاحظه الزائر في سويسرا هو جمال الطبيعة الحاملة بالإضافة إلى أن جميع المناطق مريوطة بشبكة رائعة من المواصلات الحديثة المجهزة بأحدث تقنيات النقل والمواصلات التي تصل إلى أي نقطة في سويسرا .

ويمكن التمتع بالطبيعة وبالمناظر الساحرة عند القيام بجولة في سويسرا على متن أحد القطارات السريعة أو في الأتوبيسات السياحية أو أن يستقبل الضيف أحد السفن السياحية في الممرات المائية .

ونظام المواصلات في سويسرا دقيق في مواعيده وموثوق به للغاية حيث يتم ترتيب وتنسيق جدول انطلاق الرحلات بشكل يضمن لكل إنسان سهولة الانتقال من موقع إلى آخر وتذليل كافة الصعاب والمشاكل التي تواجهه .

### **شبكة المواصلات والقطارات والسفن السياحية**

ويمكن خلال دقائق محدودة الانتقال من المطار والوصول إلى محطات القطار السريع حيث تتحرك رحلات القطار السريع كل ساعة من محطة المطار إلى محطات المدن الكبرى ( زيورخ - جنيف ) ولمدة ١٦ ساعة يوميا ، ويوجد أيضا شبكة قطارات سريعة تربط المدن الكبرى مع بعضها البعض . وتتمتع هذه القطارات بسمعة حسنة من حيث النظافة والراحة والدقة في المواعيد ، بالإضافة إلى شبكة قطارات إضافية تصل معظم المناطق الجبلية وعربات ( التل فريك ) تنقل السائح إلى قمم جبال الألب المغطاة بالثلوج .

وإذا كان الزائر يفضل رؤية شوارع وطرق سويسرا فإن خدمة الحافلات تقدم له فرصة التمتع بذلك ، فهناك الحافلات والباصات الصفراء الفاتحة من وسط المدينة إلى أبعد الأماكن والمناطق في سويسرا . ومنظر هذه الحافلات مألوف جدا في شوارع المدن الكبرى . جميع هذه الحافلات تخضع لإجراءات الأمن والسلامة وذلك لضمان راحة المسافرين ، وقد تم تنظيم شبكة الطرق بشكل فريد يضمن سرعة الوصول ، وتغطي سويسرا شبكة كبيرة من شركات تأجير السيارات اللاموزين .

لا تغوت متعة السفر على متن إحدى المراكب السياحية في بحيرات وأنهار سويسرا المحاطة بقمم جبلية خضراء في غاية الروعة ، والعظم فإن المراكب التي تجوب عياب البحيرات والأنهار السويسرية تتكون من أسطول من

١٧٠ من المراكب السياحية مجهزة بأفخم أنواع المطاعم ، ولذا تعد سويسرا بلد سياحي من نوع فريد لما تتمتع به من موقع فريد وطبيعة خلابة .

### شبكة السكك الحديدية : شبكة جلاسر

وأما شبكة القطارات السريعة التي تربط أهم منتجين في منطقة الألب هما : زيرمان والقديس مونيخ . تمر هذه الشبكة في أروع المناطق الجبلية الخلابة ، ونقطع حوالي (٩١) نفقا و(٢٩١) جسرا . ومن مقطورة القطار السريع يستطيع الزائر إلقاء نظرة تأملية على أروع المناظر الطبيعية للجبال والسهول الخضراء والبحيرات اللقطة ، مع تناول وجبة الغداء في جو شاعري حالم . وهناك شبكة ويليم بل والتي سميت على اسم بطل سويسرا التاريخي في القرن الثالث عشر . تربط هذه الشبكة الحديدية منتصف سويسرا (المنطقة الناطقة بالألمانية) حيث عاش البطل ويليم بل مع المنطقة الجنوبية تيسنو ، وتتضمن الرحلة الصيفية جولة في مركب في البحيرات مع سفر على متن قارب بخاري ويمكن تناول وجبة الغداء بينما يمر القارب على أهم المعالم التاريخية في سويسرا ، وهنا فإن الرحلة السياحية تجمع بين جمال الطبيعة السويسرية وسحر المناظر الإيطالية . منطقة (جرايولدن) والمنطقة الجبلية المحيطة بها ومنطقة الجرف الجليدي ويصعد القطار إلى مسافة ٣٥٢٢م فوق مستوى سطح البحر ومن ثم ينحدر إلى الأراضي الإيطالية إلى مدينة (تيرانو) . ومن تيرانو يستقل الزوار حافلات سياحية وتعود إلى الأراضي السويسرية برا . هناك أيضا شبكة جولدن باس وهي شبكة تعمل بين مدينتي (لوسيرن) و(مونتره) ، تربط بذلك بين بحيرة لوسيرن وبحيرة جنيف ، أي تربط المنطقة الناطقة باللغة الألمانية مع المنطقة الناطقة باللغة الفرنسية ، خلال هذه الرحلة يمر الزوار الضيوف على ٦ بحيرات في غاية الروعة . تنتقل من المواقع التاريخية في لوسيرن إلى انترلاكن عاصمة لويرلاند الجميلة ومن ثم تسلك الرحلة للطريق إلى منتجع (جستاد) في جبال الألب ومن ثم إلى مونتره مارة بحقول اللنب على طول بحيرة جنيف . وهناك بعض المنتجعات الجبلية مثل :

١. القديس مونتيز .. قمة ألبية على ارتفاع (١,٨٥٦م) مركز رياضي وموضعه ساحر وسط طبيعة خلابة .
٢. ولاية ماترهيم .. قمة جبلية على ارتفاع (٤,٤٧٨م) تطل على منتجع آخر هو (زيرمات) . يوجد أيضا منتجع (ساس في) اقصر أنواع المطاعم .
٣. قمة روجي .. (١,٨٠٠م) تعتبر ذروة المنتجعات الجبلية . وفيها سكة حديد أنشئت عام ١٨٧١م اقدم سكة حديد في أوروبا .
٤. بيلاتوس .. (٢,١٣٠م) قمة جبلية تطل على منحدر وسهل في غابة الروعة والجمال . تشتهر بالعربات الجبلية (تل فريك) .
٥. تيتليس .. (٣,٠٢٠م) موصولة بشبكة مواصلات رائعة ، منتجع جبلي في غابة الروعة .

### أهم المدن في سويسرا

١. زيورخ .. من أهم المدن العالمية لسياسة المؤتمرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وفيها تلتقي البنوك والمعارض الفنية والحضارة والتجارة وهي المركز التجاري الأول في سويسرا ، وتقع في الطرف الشمالي من بحيرة زيورخ الجميلة ، وتمتد عبر نهر إيمات ، وهي مدينة صغيرة يمكن التمشي خلالها في وقت الظهيرة وبها المحلات التجارية - لاسيما المجوهرات في كل الشوارع الصغير التي تتخلل المدينة القديمة ، ويمكن التعرف على زيورخ في جولات بصحبة مرشد سياحي لكي يشاهد الزائر أروع ما في هذه المدينة الجميلة من بيوت عتيقة ومباني حكومية وساحات بدعة وآثار قديمة ، وتشتهر زيورخ بنافورتها الأنيقة ، إذ تفخر بـ ١٠٣٠ بئراً للمياه العذبة في الهواء المنعش .

٢. جنيف .. تمتد هذه المدينة العريقة بشكل هلال راسع حول بحيرة جنيف بمياهها الزرقاء الصافية ، وهي من أجمل المدن العالمية الحديثة ، ومن أفضل المنتجعات التي تشتهر بمناظرها الطبيعية الخلابة حول جبال الألب وبالعباب للرياضة المائية المتوفرة في بحيراتها المنعشة ، لاسيما التجديف وسباق



اليخوت ، وبها أيضا عدد هائل من الأسواق التجارية الكبيرة والمحال الأنيقة الصغيرة التي تزخر بأرقى المنتجات من كافة أرجاء العالم وتعرضها بأجمل صورة ، وجنيف بلدة صغيرة ترحب بزوارها دائما ، وتحفظ بالحدائق والمتاحف الأثرية والنافورات والأسواق ، ومن الرحلات الجميلة التي يمكن القيام بها رحلات بالقلوب في البحيرة ، أو زيارة إلى قلعة (شاتوداي كريلو) الشهيرة بزنزاناتها ومتحف الأسلحة الموجود فيها ، وجوها للمنمض الجميل .

٣. يال .. ثاني أكبر مدينة في سويسرا وتعتبر بوابة سويسرا الشمالية ، وتنتشر بحدود مع فرنسا وألمانيا ، تقع على نهر الراين الذي يعتبر أهم معبر مائي في أوروبا ، وتعد بال أيضا قلب سويسرا الثقافي . تشتهر بال أيضا بوجود أكبر مركز تسوق في أوروبا .

٤. برن .. العاصمة الرسمية وفيها مقر الحكومة الفدرالي والبرلمان . المدينة القديمة في برن محافظ عليها بشكل رائع وقد اختارتها منظمة اليونسكو لتكون مدينة التراث الثقافي العالمي .

٥. لوزان .. أكبر مدينة في القسم الناطق باللغة الإيطالية ، وتقع على بحيرة لوزان الشهيرة ، وتعتبر من أهم مراكز التجارة والثقافة الغنية بالمعالم السياحية .

٦. نيوشاتل .. مدينة رائعة مصممة على طراز عصري وسط البحيرات تحيط بها حقول العنب وفيها قلعة أثرية بنيت منذ حوالي ألف سنة . محاطة بحدائق غناء ، تشتهر أيضا بنيوشاتل بصناعة الساعات ، أقدم فيها في عالم ٢٠٠٢م مهرجان المعارض الوطنية .

### سويسرا ارض اللغات

(٦٤%) يتحدثون اللغة الألمانية (لغتهم الام) .

(١٩%) يتحدثون اللغة الفرنسية .

(٨%) يتحدثون اللغة الإيطالية .

(١٠%) يتحدثون اللغة الرومانية .

ويتحدث معظم الشعب اللغة الإنجليزية ، وتوجد أقليات عرقية تتكلم مجموعة متنوعة من اللغات .

### السياحة في إيطاليا

هي بلد التاريخ والفن والتراث والجمال ، فهي كما يصفها العلماء متحف كبير مفتوح أينما ذهبت تجد الجمال يحفك من كل مكان . ويحد إيطاليا من الشمال فرنسا ، سويسرا ، والنمسا ، ويوجوسلافيا من الغرب والجنوب ؛ ومن الشرق البحر المتوسط فهي عبارة عن شبه جزيرة . ويقطن إيطاليا حوالي ٥٧,٧١٥,٦٢٥ مليون نسمة حسب إحصاء يوليو ٢٠٠٢ بمعدل نمو ٥٠% مقسمين على ٢٠ إقليم . ومساحة إيطاليا ٣٠١,٢٣٠ كيلو متر مربع منها ٢٩٤,٠٢٠ كيلو متر مربع مساحة الأرض ٧,٢١٠ كيلو متر مربع مساحة المياه ، ويمكن وصف مناخ إيطاليا بأنه مناخ البحر المتوسط عامة ؛ مناخ جبلي في الشمال (جبال الألب) حار جاف جنوبا . وأهم البحار هي البحر الأدرياتيكي (L'Adriatico) ، بحر لونيغو (Lionio) ، بحر تيرينو (Tirreno) ، بحر ليغوري (Ligure) . وأهم الجزر هي : جزيرة صقلية (Sicilia) ، جزيرة سردينيا (Sardegna) . وأهم الأنهار : نهر البو (Po) وهو أطول أنهار إيطاليا ، نهر التيفر (Tevere) ، نهر ارنو (Arno) . وأهم الجبال جبال الألب (Alpi) . وأهم البحيرات : بحيرة جردة (Garda) ، بحيرة ترازيمو (Trasimeno) ، بحيرة ميجيورو (Maggiore) ، بحيرة كومو (Como) . واللغة الإيطالية (اللغة الرسمية للبلاد) ويطلق عليها العلماء اللغة الموسيقية أو لغة النوتة الموسيقية - بجانب اللغة الألمانية ، اللغة الفرنسية ، اللغة السلوفانية .

أما أهم المدن : (روما) وهي العاصمة بجانب العديد من المدن الأخرى الهامة مثل ميلانو ، تورينو ، فينيسيا ، بولينا ، نابولي ، باليرمو ، اسيزي ..... وغيرها من المدن . وعدد المطارات : ١٣٥ مطارا . وأهم الصناعات : الزئبق ، للرخام ، للكبريت ، الغاز الطبيعي ، للبترول الخام ، الاسماك ، الفحم .

## أهم المزارات السياحية في إيطاليا ..

بمدينة روما فقط (العاصمة) يقد إليها سنويا حوالي ٣ مليون سائح وهي مقر البرلمان الوطني (Montecitorio Eplazzo Madama) ومقر الحكومة ومجلس النواب (Palzzo Chigi) . وكما ذكرنا انه يقد إليها آلاف السائحين من كل حذب وصوب لزيارة آثارها الأكثر شهرة في العالم .

برج بيزا المائل (La Torre Di Pizza) ؛ المسرح الروماني ؛ الفناء الروماني (Il Foro Romano) ؛ نافورة الأماني (La Fontana Di Trevi) لويرا كوليسيو (Il Colosseo) مدينة ايزي (Assisi) ؛ كنيسة القديس مونتو (Trinita Dei Monti) ؛ قبة القديس وقاعة القديس لاجلو (Cupola Di San Pietro Ecastel Sant Angelo) ؛ كنيسة للقديس فرانشيسكو ومعجزة النبع (Basilica di S. Francesco E. Miraeolo Della Sorgente) الدير المقدس (Sarco Conventro) ؛ كنيسة القديسة كيارا (Chiesa Di Sante Chiara) ؛ كنيسة القديس روفينو (La Cattedrale Di San Rufino) للجل الازرق (Il Monte Blu) ؛ للجل الأبيض (Il Monte Bianco) ميدان نافونا (Biazza Navona) ميدان سان ماركو (Biazza San Marco) ميدان اسبانيا (Biazza Spagna) ؛ مدينة الفاتيكان (Citta Del Vaticano) الكويرى القديم (فينيسيا) (Il Ponte Vechio) ..... وغيرهم .

والكثير من الآثار التي لن نحصىها عددا ولكن هذه هي أبرزها أهمية فكما قلنا إنها متحف كبير مفتوح أينما ذهبت تجد آثار . واليك وصف لبعض هذه الآثار .

١. نافورة الأماني La Fontana Di Treve .. وهي واحدة من اجمل نافورات روما بك والعالم على الإطلاق وهي مصممة طبقا لتراث شعبي قديم ويقوم السائحين بإلقاء عملة معدنية في هذه النافورة متأكدين من العودة إلى روما مرة أخرى .

٢. أوبرا كوليسيو Il Colosseo .. وهي أوبرا من عمل فيسبا سيانو والابن تيتو (Vespasiano E Del Figlio Tito) وقد تم بنائها عام ٨٠ بعد الميلاد ويبلغ ارتفاعها ٥٠م ومساحتها ١٥٠ متر وهي رمز للظود والأبدية في روما.

٣. ميدان سان بيرو Pizza San Pietro .. وهو يعتبر ميدان شهري ويعتبر هذا الميدان هو العمل الرئيسي لسان بيرو فطى جانبه يوجد ٢٤٨ عمود يخلق مساحة كبيرة مثل ذراعين كبيرين .

« وفي الوسط توجد معلة طولها حوالي ٢٥م .

« وعلى الأطراف يوجد نافورتان غاية في الجمال .

« وفي الحق يوجد كنيسة بترليكية تمثل للوقار داخل الميدان يتقدمها مسلم عالي ويؤدي إلى هذا الميدان الرائع السائحون من كل أنحاء العالم .

٤. مدينة اسيزي Assisi .. على طول جبل سوبازيو (Subasio) وفوق مستوى سطح الأرض بحوالي ٢٤م من المدينة (روما) تقع مدينة اسيزي .

فالمدينة تحتوي على كنوز فنية وبقايا فرانكسكية التي تحتفظ بها المدينة منذ العصور الوسطى . ويمكن لأي شخص أن يصعد هذه المدينة الرائعة وروية البلد بشوارعها والأسوار المحيطة بها من أعلى ، وروية الحقائق والمنظر العام الذي يفتح على وادي رائع من الكنوز الفنية .

خلاصة القول يمكن أن نقول أن إيطاليا (روما) هي البلاد الشاهدة على عصور ولزمنة متعددة وهذا هو سر جمالها .

## السياحة في ألمانيا

لألمانيا من أكبر الدول الصناعية في العالم ، تتميز بارتفاع الدخل ومستويات المعيشة . كما أنها من أكبر الأسواق السياحية حيث يخرج أكثر من ثلثي السائحون الألمان في سياحة دولية ، وهذا ما يحطها أهمية بالغة بالنسبة لأي مقصد سياحي .

من أجل مصر ورغبتها في جذب أعداد متزايدة من السائحين الألمان من خلال سياسات تسويقية موجهة للسوق الألماني ، كان من الواجب إعداد الدراسات الكافية عن السوق الألماني كدولة ذات أهمية خاصة في مجال السياحة . مع معرفة المقومات الاقتصادية والطبيعية ومستويات الدخول والأنماط السياحية وأكثر المناطق التي يفضلها السائحون الألمان . خاصة إذا عرفنا أن السائحين الألمان أنفقوا ٦٨,٨ بليون مارك في عام ١٩٩٥ على السياحة الدولية وأن معظم الزيارات السياحية الألمانية كانت إلى دول أوروبية .

### المساحة والسكان والموقع والتضاريس والمناخ :

تبلغ مساحة الدولة الألمانية ٣٥٧,٠٠٠ كم<sup>٢</sup> ، أما أقصى النقاط الحدودية فهي ليست الواقعة في جزيرة زولت في الشمال وديشكا السكسونية في الشرق وأوبرستورف البافارية من الجنوب ، وزيلكلنت ( شمال الراين - وستفاليا ) في الغرب .

ويبلغ عدد سكان ألمانيا نحو ٨٣ مليون نسمة وهي ثاني أكبر دولة في أوروبا من حيث السكان بعد روسيا تليها إيطاليا ٦٠ مليون نسمة ، وبريطانيا ٥٩ مليون نسمة وفرنسا ٥٩ مليون نسمة إلا أن ألمانيا أصغر من فرنسا وتتكون ألمانيا من ١٦ ولاية .

تقع ألمانيا في وسط أوروبا ، ويمكن القول أيضا : في قلب أوروبا مما يعطيها مميزات سياحية أكبر . وما من بلد أوروبي آخر يجاوره مثل هذا العدد الكبير من الدول ، فألمانيا حولها الدنمارك في الشمال ، وهولندا وبلجيكا ولوكسمبرج وفرنسا في الغرب ، وسويسرا والنمسا في الجنوب ، والجمهورية التشيكية والسلوفاكية وبولونيا في الشرق ، وهذا الموقع المتوسط لألمانيا يجعل منها بلدا للعبور من كل جهة ، ومن أوروبا الغربية إلى أوروبا الشرقية من جهة أخرى وفي الوقت نفسه تشكل ألمانيا بلقيمتائها إلى المجموعة الأوروبية وإلى حلف شمال الأطلسي ، جسرا يصل بين الغرب وبين دول أوروبا الشرقية.

ولقد أصبحت ألمانيا من أكبر الدول الأوروبية بعد أن حققت وحدتها الوطنية في الثالث من أكتوبر عام ١٩٩٠ إذ أصبحت جمهورية ألمانيا الاتحادية

وتتمتاز ألمانيا بتنوع طبيعتها وجمالها الساحر ، فمن يسافر على الطريق السريع من غار ميش وبار تتركش في الجنوب إلى هامبورج في الشمال يترك وراءه أولا الحدود الألمانية النمساوية وجبال الألب ومعها أيضا أعلى جبل في ألمانيا هو جبل تسوغ شبيتسه ( ٢٩٦٣ ) مترا

ويمر الطريق في البداية عبر المنطقة الهضبية المنحدرة من جبال الألب والتي يبلغ ارتفاعها نحو ٥٠٠ م . وتمتد هذه المنطقة ، المسماة منطقة ما قبل الألب حتى نهر الدانوب ، وهو النهر الكبير الوحيد في ألمانيا الذي يجري نحو الشرق إلى البحر الأسود ، وبذلك يربط ألمانيا بجنوب شرق أوروبا وتتبع الطريق سيرها عبر الألب وهي جزء من سلسلة الجبال الوسطى للغنية بالغابات والتي تتميز بمرتفعاتها حيث تشيكوسلوفاكيا الغابة البافارية وغابة رينانيا العليا وإلى الجنوب الغربي من الطريق تقع منطقة الألب السوابية والغابة السوداء ، وإلى الغرب تمتد السهول المنخفضة حول نهر الراين الأعلى الذي يشكل الحدود بين ألمانيا وفرنسا .

### مناطق ألمانيا السياحية

١. ولاية بافاريا الحرة .. بافاريا الحرة هي أكبر ولاية من ناحية للمساحة . وهي تمتد من جبال الألب ، حيث يوجد أعلى جبل في ألمانيا وهو جبل (تسوغ شبيتسه) ويخترق نهر الدانوب ليصل إلى نهر الماين ، وفي عاصمتها ميونيخ توجد أكبر جامعة في ألمانيا ، فيها أيضا المتحف الألماني الذي يحتوى على أكبر مجموعة من آثار العالم عن تاريخ العلوم الطبيعية والتكنولوجيا وهناك عدد كبير من الممارات والمباني التاريخية والمجموعات الفنية والمسارح . وإلى الجنوب من ميونيخ على أطراف جبل الألب ، مبنى ملك بافاريا لودفيج الثاني ( ١٨٤٥ - ١٨٨٦ م ) قصوره الرائعة : ليند زهرف ونونسعان شتابن ، وهيرن كيم زييه .

٢. ولاية رينلاند بالاتينات .. تقع ولاية رينلاند بالاتينات في جنوب غرب ألمانيا الاتحادية مجاورة لبليكا ولوكسمبورج وفرنسا . وتستقبل الولاية عددا كبيرا من السياح يأتيون إليها من جميع أنحاء العالم لا لشهرتها بعصير العنب وحسب ، بل ولمشاهدة الوديان الرومانسية الواقعة حول الراين الأوسط . ومن المدن التاريخية الحريقة في الولاية مدينة ترير الواقعة على نهر الموزل ، وهي مدينة يزيد عمرها عن ألفي عام ، وكان عدد من الحكام الرومان في القرن الرابع الميلادي قد اتخذوا منها مقرا لهم . وما ميزها اليوم أنها عاصمة للولاية وهي منذ القرن الثامن مقر الأسقفية الكاثوليكية .

٣. ولاية شمال الراين - وستفاليا .. تقع هذه الولاية غرب ولاية هيسن وتجاور في الغرب بلجيكا وهولندا وتغطي السهول الألمانية الشمالية جزءا كبيرا من أراضيها ، أما بقية أراضيها فتغطيها السلاسل الجبلية متوسطة الارتفاع . وعلى مثلث الحدود الألمانية البلجيكية الهولندية تقع مدينة آخن التي تشتهر بمنابعها الساخنة المعروفة منذ العهد الروماني ، والتي تشتهر بالسياحة الاستشفائية لعلاج أمراض الروماتيزم . وهناك مدينة بون التي تحتفل كل ثلاث سنوات بأشهر أبنائها لودفيج فان بيتهوفن حيث يأتي إليها عازفون عالميون وفرق موسيقية مشهورة للمشاركة في " مهرجان بيتهوفن في بون " ويعتبر هذا المهرجان حدثا سياحيا هاما في ألمانيا .

٤. ولاية برلين .. تعتبر هذه الولاية مركز حضاري ومدينة عالمية ، ففي جزيرة المتاحف الواقعة في مركز المدينة يوجد عدد كبير من الآثار التاريخية العالمية منها : متحف برغلمون المرمم ، بوابة السوق الرومانية وفي الجزء الغربي من المدينة توجد ثلاثة مراكز متحفية هامة :- في حي دالم - في حي حديقة للحيوانات ( تيرقارين ) وحول قصر شارلو تتوزع الحياة المسرحية مزدهرة ومتنوعة ، إذ أن النشاط المسرحي يشمل كافة أشكال المسرح فهناك الدراما الكلاسيكية والحديثة وهناك الأوبرا وغيرها .

٥. ولاية مكسونيا السفلى .. تقع ولاية مكسونيا السفلى إلى الشمال من ولاية

الراين - وسنغاليا وهى ثانى أكبر ولاية من ناحية المساحة ، تغطى السهول الألمانية الشمالية ، على الجزء الكبير من طبيعتها الجغرافية وعلى مقربة من حدودها الشمالية المحاذية لبحر الشمال تقع جزيرة ( فريزيا للشرقية ) التابعة للولاية والتي تعتبر من المناطق السياحية المرغوبة جدا في فصل الصيف .

٦. ولاية هامبورج .. تتألف ولاية هامبورج من مدينة واحدة هى مدينة هامبورج وتقع على نهر الألب على بعد ١٢٠ كم قبل مصبه في بحر الشمال . وتعتبر هذه الولاية عن ماضى ألمانيا ، وتوجد في مدينة هامبورج ، برج كنيسة (سانت مينتايل) للشامخ في السماء . ومدينة هامبورج ولد فيها للموسيقى الكبير بوهافسن برامسن (١٨٣٣ - ١٨٩٧ م) وهى مركز موسيقى عريق ، والأوبرا الموجودة فيها هى ألقم نور للموسيقى في ألمانيا . ولكونها مقرا لوكالة الصحافة الألمانية ، فلها تعتبر حاضرة الإعلام السياحي في ألمانيا .

### الاقتصاد الألماني :

الصناعة هى العمود الفقري للاقتصاد الألماني ، ففي ألمانيا الموحدة كان يوجد عام ١٩٩٥ نحو ٤٨٠٠٠ شركة صناعية يعمل بها نحو ٧ مليون شخص ولكن تقل الصناعة في الاقتصاد الألماني تراجع تراجع ملحوظا نتيجة للتحويل الذي طرأ على الهيكل الاقتصادى للعالمى بعد العولمة ، فقد تراجعت حصتها من الناتج القومى الإجمالى من ٥١,٧ % عام ١٩٧٠ (الولايات القديمة) إلى ٣٤,٦ % عام ١٩٩٥ (ألمانيا كلها)

وبالمقابل ارتفعت حصة الخدمات التى تودبها الجهات العامة والخاصة ارتفاعا كبيرا ، ففي عام ١٩٩٥ أنتج قطاع الخدمات التابع للقطاع الخاص ٣٦,١ % من الناتج القومى الإجمالى وتبلغ حصة للتجارة والمواصلات ١٣,٨ % .

ونحو ١,٧ % من المنشآت للصناعية هى شركات كبيرة يزيد عدد العاملين فيها على ١٠٠٠ شخص وبالمقابل فلن ٠,٧٥ % يعمل بها أقل من ١٠٠ عامل . وهذا يعنى أن الصناعة في جمهورية ألمانيا الاتحادية تتألف بمعظمها من الشركات



المتوسطة الحجم . ولكن الشركات الكبيرة أهميتها متنامية إذ ما يزيد على ٢٢% يشتغلون في الشركات الكبيرة ، ويبلغ حجم مبيعاتها نحو ٤٠% من حجم المبيعات الصناعية الإجمالية . ومن الشركات المعروفة عالميا والتي لها أيضا فروع أو منشآت انتاجية أو مراكز للبحوث منشرة على نطاق عالمي

◀ شركة سيمنس لإنتاج الأجهزة الكهربائية

◀ وشركات إنتاج السيارات فولكس فاجن - بي إم دبليو - دايملر بنز .

◀ شركات المواد الكيميائية هوكست - باير - باست - بوهرينجر .

◀ هناك أيضا شركة رور كولن المساهمة ، وشركتا إنتاج الطاقة فيفا و آر دبليو اس . ومجموعة بوش ، والشركات الكبيرة جميعها تقريبا مساهمة .

### ألمانيا كبلد سياحي :

ألمانيا كبلد سياحي يتميز بتنوع منحه وطبيعته على الرغم من رقعته الصغيرة نسبيا وحتى بالنسبة إلى الألمان فإن جمهورية ألمانيا الاتحادية تعتبر بلدا سياحيا محببا : إذ أن نصف السياح الألمان تقريبا يقضون أجازاتهم داخل بلادهم وقد أنفق السياح الأجانب ١٨,٣ بليون مارك في عام ١٩٩٥ . ويبلغ عدد العاملين في القطاع السياحي ١,٤ مليون شخص . .

### مواقع جاذبة :

كانت المنطقة الناطقة بالألمانية خلال قرون عديدة عبارة عن رابطة هشة من كثير من الدويلات المستقلة بما فيها من مراكز حكم وعواصم صغيرة وكبيرة ، إلا أن جميع هذه الدويلات تقريبا شهدت ازدهارا راقما في الحياة الاجتماعية والثقافية ، وخير دليل على ذلك التماثيل والمكتبات والمتاحف ومجموعات القطع الفنية والحدائق والممارح المنتشرة من طول البلاد وعرضها ، والتي تشكل أهدافا سياحية محببة لعشاق الفن والعازفين بشئونه .

ومنذ توحيد ألمانيا ازدادت العروض السياحية الألمانية غنى وجاذبية بسبب العوائق التي كانت تحول دون الوصول إلى المناطق الطبيعية الخلابة وإلى المواقع

الكلاسيكية للحضارة الألمانية ومنها على سبيل المثال : فايمار وآيزناخ ، ودريسن.

يبد أن تتنوع المناظر الطبيعية يجذب السياح أيضا . فطلى سواحل بحر الشمال وبحر البلطيق مع ما فيها من شواطئ جميلة وبحيرات ساحرة يتجه الناس إلى المناخ البحرى المعتدل .

ويكثر الإقبال على سواحل البحيرات في هولشتاين ومكلنبورغ ، ومن يحب التجول في الطبيعة الجبلية يقصد سلسلة الجبال الوسطى وجبال الألب . وهناك من الجتوب بحيرة كونستانس والبحيرات البافارية الساحرة التى يقصدها هواة الرياضة المائية ، إضافة إلى ذلك هناك المناظر الرومانسية للخلابة التى يجدها الزائر في وديان الأنهار الكثيرة : الراين والماين والموزل والينكر والدانوب والألبه .

وهناك أكثر من ١٠٠ طريق سياحية فرعية تنتشر خارج شبكة الطرق السريعة من مثل " طريق الأساطير الألمانية " والطريق الرومانسية " وطريق البنيد الألمانية " وتصل إلى المواقع الأثرية القديمة وتضع أمام الزوار مختلف أنواع المعالم السياحية الطبيعية والمدن والقرى القديمة الهادئة .

### السياحة الألمانية في مصر :

بلغ عدد الساتحين الألمان في مصر يوليو / مارس ١٩٩٩ / ٣٠٢ ألف سائح قضاوا ليالى سياحية مقدارها ٢٢٤٩ أما العلم ٩٧ / ١٩٩٨ فقد بلغ عدد الساتحين ٢٣٠ ألف ، أما الليالى للسيلحية ١٩٢١ لولة أى حققت السيلحية الألمانية زيادة قدرها ٣١% في علم ٩٩/٩٨ عن عام ٩٧ / ١٩٩٨ . وفي علم ٢٠٠٤ بلغ عدد الساتحين الألمان حوالي ٩٨٠ ألف سائح ، ويتجه معظم السيلحية الألمانية إلى السيلحية الترفيهية للثقافية في مصر لا سيما الأكصر وأسوان والقاهرة مع زيارة الغردقة للجانب الترفيهي .

### الأسواق التجارية والمعارض في ألمانيا :

المعارض التجارية الألمانية ذات تقاليد عريقة . وقد تطورت في الخصور الوسطى المبكرة عن أسواق منفردة ، كان للناس يؤمونها من أجل الأعمال

التجارية . وكانت هذه المعارض واقعة تحت حماية الحكام المطبيين . فقد قام القيصر فريدريش الثاني من ١١ يوليو عام ١٧٤٠م بمنح مدينة فرانكفورت الواقعة على الماين امتيازاً لإقامة معرض تجارى ، ووضع التجار المسافرين إلى المعرض تحت حمايته .

ويعود الفضل في الازدهار اللاحق الذي شهده المعرض التجاري في لايبزج الذي نجم عن أسواق تجارية كانت تقام هناك إلى الامتياز الذى منحه القيصر ماكسيميليان للمدينة عام ١٥٠٧م .

أما في يومنا هذا فإن تلك المعارض التجارية العامة الأغراض التى كانت تقام في ألمانيا ، قد تحولت إلى معارض تجارية متخصصة حول فرع اقتصادى واحد أو عدة فروع .

وتحظى ألمانيا كمكان لإقامة المعارض باعتراف دولى واسع للنطاق فمن بين المعارض الدولية الاختصاصية القيادية والبالغ عددها نحو ١٥٠ معرض في العالم كله ، ويقام ثلثها تقريبا في ألمانيا وحدها .

وفي عام ١٩٩٥ أقيم في ألمانيا ١١٤ معرضاً يخطى الإطار الإقليمى ، اشترك فيه نحو ١٤٢٠٠٠ عارضا من بينهم ٦٤٠٠٠ عارضا أجنبيا ، وزار هذه المعارض أكثر من ١٠ ملايين شخص . ويقدر مجموع ما تنفقه الشركات من أجل الاشتراك في المعارض التى تقام في ألمانيا بنحو ثمانية مليارات مارك . وتقوم المعارض التجارية الألمانية بتوسيع عروضها باستمرار .

ولقد ازداد عام بعد عام عدد الشركات الأجنبية المشتركة في المعارض الألمانية حيث بلغت حصتها عام ١٩٩٥ نحو ٤٥ % أن تزايد العروض الدولية بنسب المنافسة ، ويؤدى بالتالى إلى زيادة عدد المشتركين فى المعارض الدولية . وإلى جانب المعارض التجارية الكبيرة ، يقام في ألمانيا سنويا نحو ١٨٠ معرض تجارى محلى وعدد كبير من المعارض للتجارية الصغيرة .

## أهم المدن الألمانية لإقامة المعارض التجارية هي :

برلين ، دورتموند ، دوسلدورف ، اسن ، فرانكفورد ، ماين ، هامبورج ،  
هانوفر ، كولونيا ، لايبزج ، ميونيخ ، نورنبرغ - دشتوتغارت .

« معرض هانوفر .. ينال معرض هانوفر الذى اسس في عام ١٩٤٧ ، والذي  
يقام في ربيع كل عام ، أهمية خاصة . اشترك فيه عام ١٩٩٦ ما يزيد على  
٧٢٠٠ عارض من ٦٥ بلدا ، وبلغت مساحة حالات العرض ٣٢٠٠٠٠ مترا  
مربعا ، مسجلا بذلك رقما قياسيا جديدا . ولا يعرض في أى مكان هذا الكم  
للهاائل من المنتجات الصناعية كما في معرض هانوفر إضافة إلى ذلك يرافق  
المعرض برنامج واسع من المؤتمرات الاقتصادية والندوات التي تنظمها  
الاتحادات الاقتصادية والشركات والتي تخدم المجال السياحي وتحقق تنافسه .  
ومنذ عام ١٩٨٦ يقام على أرض المعرض في هانوفر معرض سبيت وهو  
معرض خاص بتجهيزات المكاتب وتقنية المعلومات والاتصالات . وقد زاره  
في عام ١٩٩٥ أكثر من ٧٥٠٠٠٠ شخص واشترك فيه ٦١٠٠ عارضا من  
٥٦ بلدا .

« معرض فرانكفورت .. في فصل الربيع والخريف تتحول فرانكفورت إلى  
مسرح للمعارض التجارية المختصة بالسلع الاستهلاكية مع التركيز على  
السيراميك والخزف والزجاج والحرف الفنية والحلى والأجهزة المنزلية  
واكسسوارات السكن . إضافة إلى ذلك تقيم فرانكفورت سلسلة من المعارض  
الاختصاصية المهمة مثل المعرض الدولي للسيارات والمعرض الدولي عن "  
المواد الصحية والتكثيف والتكيف " ومعرض انترشوف الخاص بأقمشة  
الملابس

« معرض كولونيا .. يقام فيه عدد كبير من المعارض منها : معرض أنوغا  
(المسوق العالمية للتغذية) وفوتوكينا (المعرض العالمي للتصوير) والمعرض  
الدولي للكثاث . ومعارض تجازية أخرى للأجهزة والأدوات المنزلية  
والأدوات الحديدية والمعدنية .

« برلين .. تقام فيها معارض هامة مثل : الأسبوع الأخضر للزراعة والتغذية ،  
للبورصة الدولية للسياحة ، معرض المستوردات من وراء البحار والمعرض  
الدولي لأجهزة ومعدات الإرسال والاستقبال .

« دوسلدورف .. يقام فيها معرض دروبا للطباعة والورق ، معرض المواد  
للتركيبية ومعرض انتركاما وانترماك لتقنية مواد التعبئة والتنظيف وكذلك  
معارض الأزياء / غيدو " الذي يقام عدة مرات كل عام .

ولقد أتت الوحدة الألمانية إلى ضم شكلين مختلفين تماما من المعارض إلى  
بعضها : الشكل الغربي في تنظيم المعارض وهو يعتمد على الطريقة اللامركزية  
وعلى الاتفاق المسبق مع الشركات الاختصاصية الراغبة في المشاركة ، والشكل  
الشرقي الموجه من الدولة والذي كان يركز الاهتمام على معرض لا يبرز  
كمعرض عام متعدد الأغراض . وفي الآونة الأخيرة ، قامت لايبزغ بتطوير  
مفهوم جديد للمعارض يعتمد على إقامة المعارض الاختصاصية وبنت لهذا الغرض  
مركزا جديدا للمعارض .

### الأسواق التجارية والمعارض الخارجية :

نظرا إلى أن الاقتصاد العالمي يزداد تشابكا عاما بعد عام ، فإن تشجيع التسويق  
وتثبيته عن طريق الاشتراك في المعارض الدولية في الخارج يزداد أهمية بالنسبة إلى  
الاقتصاد الألماني . ويكون هذا التشجيع عن طريق الأجنحة المشتركة التي تقيمها  
الشركات الألمانية في المعارض الأجنبية لعرض البضائع والمعلومات .

في عام ١٩٩٥ . اشترك نحو ٥٥٠٠ شركة ألمانية في المعارض الأجنبية  
وتقيم جمهورية ألمانيا الاتحادية بصورة منتظمة معارض صناعية في الخارج ،  
مثل معرض تكلوجرما الذي أقيم عام ١٩٩٤ في المكسيك ومعرض فيبرال الذي  
أقيم عام ١٩٩٥ في سلوفاكو . كما اشتركت عام ١٩٩٢ في معرض للعالم في  
شيبيلية وأقيم المعرض عام ٢٠٠٠ على أراضيها في مدينة هافوفر تحت شعار  
" الإنسان . الطبيعة - التقنية "

## الحركة السياحية في ألمانيا

في عام ١٩٩٥ قام ثلثين السائحون الألمان بقضاء اجازاتهم (٥ أيام أو أكثر) خارج البلاد ، واتفق السائحون الألمان ٦٨,٨ بليون مارك ، بينما اتفق للسائحون الأجانب في ألمانيا فقط ١٨,٣ بليون مارك في نفس السنة ، أى تحقق عجز قدره ٥٠,٦ بليون مارك .

في ألمانيا وأقاليمها السياحية زادت طاقتها الفندقية بنسبة ٣٧٧% بين عام ١٩٥٤ ، ١٩٨٨ وفي نفس الفترة زادت لليلتي السياحية بمقدار ٢٠٠ % . وبعد الاتحاد الألماني زادت هذه النسب إلى ٤٩٠ - ٤٣٦ خاصة من عام ١٩٩٥ . ولكن على الرغم من زيادة عدد الزيارات السياحية إلى ألمانيا ، فإن الإيرادات وصلت إلى ١٨,٣ بليون مارك مما يشكل عجز اقتصادي لألمانيا .

تحتل ألمانيا المركز الثالث عشر بين دول العالم السياحية من حيث أعداد السائحين . بلغ عدد الزيارات السياحية في ألمانيا عام ١٩٩٦ م ١٥,٢٠٥ مليون سائح أى بنسبة ٢,٥٦ % من إجمالي الزيارات على مستوى العالم .

### اتجاهات الألمان السياحية :

أكثر المقاصد التي زارها الألمان الغربيين هي النمسا وأسبانيا وإيطاليا بينما فقط ٣% من إجمالي الزيارات السياحية كانت لدول غير أوروبية .

في عام ١٩٩٥ حوالي ٥٩ % من الرحلات من ألمانيا الشرقية سابقا كانت إلى مقاصد أجنبية بينما كانت ٧٢ % من ألمانيا الغربية سابقا . وفي نفس الوقت كان اتجاه السائحين من ألمانيا للشرقية إلى دول أوروبا الشرقية حيث يزورها الضعف بالمقارنة بالسائحين من ألمانيا الغربية .

ترأست أهمية السفر طويل المدى Long - distance travel منذ منتصف السبعينات . ويرجع سبب هذه الزيادة إلى تزايد شهرة دول البحر المتوسط بالإضافة إلى الرخاء الاقتصادي الذي يعيش فيه الألمان على الرغم مما تتطلبه عملية السفر من نفقات كبيرة في عام ١٩٩٤ كان ٤٧% من الشعب الألماني

يفضلون قضاء الأجازة في الكاريبي ، ٣٥% في استراليا ، ٢٠% في جمهورية  
الدومينيكان ، ١٦% في جنوب أفريقيا .

### الاتجاهات العامة للسياحة الداخلية :

٣٤% من السائحون الألمان يقضون إجازاتهم في ألمانيا أى بما يمثل ٢٢  
مليون شخص . السائحون الألمان والزائرون الأجانب في ألمانيا لأغراض العمل  
والمؤتمرات والمعارض يقضون أكثر من ٣٠٠ مليون ليلة .

إلا أن هذا الرقم أقل من الرقم الحقيقى لأنه في عام ١٩٨١ تم تغيير قانون  
تسجيل السائحين - المنشآت التى لديها أكثر من أسرة يجب أن تسجل الزائرين  
والليالى التى قضوها ، ولكن لا يوجد بيانات خاصة بالحجرات الخاصة على الرغم  
من أنها تمثل ٢٨% من الإقامة عام ١٩٨٠ .

ولكن على الرغم من انخفاض اهتمام الألمان بالسياحة الداخلية إلا أن الطاقه  
الفندقية زادت ، فقد تضاعفت منذ منتصف الخمسينات أربع مرات بين عامى  
١٩٥٤ - ١٩٩٥ . وقد تعود هذه الزيادة إلى أن أجزاء كبيرة من البحر البلطى  
(وهى منطقة سياحية تقليدية في ألمانيا) قد أعيد افتتاحها للزوار مما أدى إلى زيادة  
الطلب على إنشاء وتجديد أشكال أخرى من الإقامة في المنطقة .

وقد زاد نصيب السياحة الدولية من ١٦,٢% في ١٩٥٥ إلى ٢١,٤% عام  
١٩٨٥ ولكنه انخفض بعد ذلك إلى ١٥,٧% في ١٩٩٥ وقد يعود هذا الانخفاض  
إلى الكساد في بعض الدول أو تغير أسعار العملات بالإضفة إلى ظهور مقاصد  
سياحية جديدة خارج أوروبا . ولكن على الرغم من ذلك إلا أن أعداد الليالى  
السياحية زادت من ٧٠ إلى ٢٦٠ مليون بين ١٩٥٥ - ١٩٩٥ (أى زيادة بنسبة  
٢٦٨%) . أما بالنسبة لليالى السياحية التى قضها الأجانب في ألمانيا ارتفعت من  
٩,١ في ١٩٥٥ إلى ١٥,٢% في ١٩٩٠ ولكنها انخفضت بعد ذلك إلى ١٠,٧%  
لأسباب السابقة . أما متوسط مدة الإقامة يختلف بين السائحين الدوليين والسوليين  
حيث يميل السائحون الألمان الداخلين إلى قضاء فترات أطول سواء من خلال

العمل أو المؤتمرات والمعارض أو زيارة المدن الآتية . ومتوسط مدة الإقامة انخفض في ١٩٩٠ من ٣,٦ يوم عام ١٩٨٥ إلى ٣,٤ يوم عام ١٩٩٠ .

أما بالنسبة للبالغين السيلحية فإنها تسجل أعلى درجة لها في المنتج السياحي والخدمات للشاطئية خاصة بعد الاتحاد وزيادة الطاقة الاستيعابية بصورة كبيرة ، لمقابلة الطلب الداخلي . أما التوزيع الزمني للسائحون فيتركز في الموسم الشتوي .

### الأثر الاقتصادي للسياحة :-

لم تتخذ الحكومة الاتحادية أى خطوات لتقليل عجز الاتفاق السيلحي الناتج عن زيادة الاتفاق السيلحي الألماني في الخارج . بالمقارنة بالإيرادات الناتجة عن السائحون الأجانب في ألمانيا ، وذلك على اعتبار أن المقاصد السياحية سوف تستغل الاتفاق السيلحي الألماني فيها لشراء بضائع ألمانية وبذلك يستفيد الاقتصاد من السياحة .

أوضحت الدراسات أنه يوجد ثلاث أنواع من الآثار الثانوية للسياحة على

#### الاقتصاد المحلي والقومي :-

- أولا : أن العاملين في المؤسسات السيلحية ينفقون دخولهم في تلك المناطق .
  - ثانيا : السائحون لا ينفقون على الإقامة فقط وإنما ينفقون على مجالات أخرى .
  - ثالثا : الخدمات التي تتطلبها السياحة تخلق وظائف غير مباشرة في المنطقة .
- ويمكن حساب الأثر الاقتصادي للسياحة عن طريق :
- (صافي الدخل / ليلة سياحية × للكثافة السيلحية / ١٠٠٠ السكان )

### الأثر الاجتماعي للسياحة في ألمانيا :-

أثر السياحة على البناء الاجتماعي الناتج عن تجمعات السائحون قد يكون إيجابى وقد يكون سلبى . ومن بين الآثار الإيجابية تحسين البنية الأساسية التي يستفيد أيضا منها الشعب بالإضافة إلى تحسين الدخل وزيادة العمالة مما يؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة.



## أما الآثار السلبية :

فالسباحة قد تدمر الأنظمة الإيكولوجية المحلية وحيث أن معظم المناطق الساحلية توجد في مناطق ذات جمال طبيعي تزيد الحاجة إلى المنشآت .

في عام ١٩٧٨ ارتفعت أسعار المنشآت في منطقة الألب بما يعادلها في ميونيخ ، بينما زاد عدد السكان بشكل كبير في عام ١٩٧٤ في المنتجع السياحي البافاري في الألب ارتفعت أسعار الأرض خمسة أضعافها في بافاريا ، هذه الأسعار أدى بالتالي إلى منع ثلث السكان المحليين من شراء أراضي في تلك المنطقة . ومن الآثار السلبية أيضا أن المناطق ذات الجمال الطبيعي يتم استخدامها في المنشآت السياحية وبالتالي لا تصبح متاحة بالنسبة للجمهور بالإضافة إلى تأثير السباحة على الطرز المعمارية حيث تنتشر الطرز المعمارية الحديثة على حساب الأشكال المعمارية التقليدية المحلية . والأثر السلبى على المرور حيث يشكو الكثير من السكان المحليين نتيجة للاختلافات المرورية .

## السياسة البيئية :

أصبح من أهم مهام الحكومة والصناعة هو حماية البيئة التي يعيشون فيها حيث أن الضرر الذى يلحق بالبيئة ينتج عن العديد من العوامل منها الكثافة السكانية وزيادة التصنيع . منذ عشر سنوات أصبح التحكم في التلوث من الأولويات السياسية في ألمانيا والحفاظ على البيئة التي يعيش فيها الإنسان . ومن أهم أهداف السياسة البيئية الحفاظ على صحة وحياة البشر والحيوانات والنباتات والأنظمة البيئية والهواء والماء والتربة والمناخ والأساسات الثقافية .

وكانت الخطوة الرائدة في هذا المجال عام ١٩٨٦ عند إنشاء وزارة البيئة والحفاظ على الطبيعة . كما دعت الحكومة إلى وضع سياسات بيئية دولية في إطار ثلاث مبادئ أساسية:

١. مبدأ المنع : المشروعات الجديدة بواسطة الحكومة والصناعة يجب أن تعمل على ألا تظهر مشكلات بيئية .

٢. مبدأ المصيب : أن المسؤولية تقع على الأشخاص الذين يلوثون أو يسيبون  
أضرار للبيئة .

٣. مبدأ التعاون : حل المشكلات البيئية يقوم على الاتفاق المتبادل بين الدول  
والصناعة والشعب .

وكان من أهم التحديات البيئية هو الوضع في ألمانيا الشرقية حيث تلوث  
الهواء والماء والتربة . وتم وضع برنامج مكثف للقضاء على الملوثات وخلال ١٠  
سنوات استطاعت الحكومة الألمانية الوصول بالمستويات البيئية في ألمانيا الشرقية  
إلى مثلها في ألمانيا الغربية .

ومن جانب ألمانيا فقد اتخذت العديد من الخطوات لحماية بحر الشمال من  
التلوث في المؤتمرات أعوام ١٩٨٤ ، ١٩٨٧ ، ١٩٩٠ لتقليل الملوثات الداخلة في  
بحر الشمال ، ومنع التخلص من المخلفات في البحر ، وهي إحدى الخطوات التي  
تتخذها ألمانيا بالفعل .

### الحفاظ على الطبيعة والريف :-

قال بناء المساكن والمواصلات والصناعة إلى حد كبير المناطق الطبيعية .  
وازدادت أهمية الحفاظ على الكائنات الحية من الحيوانات والنباتات ، وقد اتخذت  
الخطوات في برنامج الحفاظ على الطبيعة الذي يقدم الأساس للتخطيط الريفي  
ووضع التشريعات للحفاظ على المحميات التي تعيش فيها بعض الكائنات الحية  
النادرة .

وقد قامت حملة الحفاظ على الغابات أطلق عليها " أنقلوا الغابات " وينص  
القانون أن الشخص أو الشركة عليها مسؤولية إزالة الأضرار التي لحقتها بالبيئة  
حتى ولو كانت لا يمكن تجنبها كنتيجة للنشاط الاقتصادي . كما تم إعلان ١٠  
مناطق ذات أهمية خاصة كمحميات طبيعية في ألمانيا .

## التحكم في التلوث الجوى :

ألمانيا مثلها مثل الدول الصناعية الأوروبية الأخرى ، حيث يتعرض الهواء للحديد من الملوثات من محطات الطاقة والتجارة والصناعة والمرور والتفتحة . ويظهر أثر التلوث بشدة على الغابات . وقد اتخذت العديد من الإجراءات للتقليل من التلوث الجوى عن طريق توفير البنزين الخالى من الرصاص والحفاظ على الهواء هو مهمة دولية . في ألمانيا نصف ثلث أكسيد الكبريت في الهواء يأتى من الدول المجاورة . كما أن نصف ملوثات الهواء الألمانية تحملها الرياح للدول المجاورة .

لذلك حظى مؤتمر جنيف لمنع تلوث الهواء عام ١٩٨٣ بأهمية بالغة من هامسكى في عام ١٩٨٥ تمهتت ٢١ دولة بتخفيض انبعاثات الرصاص لديها بمقدار ٣٠% وتم توقيع اتفاقية مماثلة عام ١٩٨٨ بالنسبة للنيتروجين .

## حماية البحار والبحيرات :

بذلت الحكومات الألمانية العديد من الجهود على مدار الأعوام للحفاظ على البحيرات والأنهار الألمانية من النمو المتزايد للصناعة . ولم يتم تحقيق أى تحسينات حتى تم إصدار تشريعات صارمة وتم اتخاذ الوسائل لتنقية المياه وإنشاء أنظمة صرف للمصانع . وكان من أهم الأهداف هو تخفيف العبء العضوى على المياه السطحية . ففي بداية السبعينات تلوثت الأنهار بشدة مثل الراين وماين كانوا يعتبرون ميتين وقد عانت الحياة لهم من جديد . فإذا لم يتم تنقية للملوثات على الأرض فإنها تصل إلى البحار عن طريق الأنهار والهواء ، حيث يتم تلوث البحار أيضا عن طريق البولخر وحاملات البترول في بحر الشمال ، مثل هذه المشكلات لا يمكن حلها إلا من خلال التعاون بين الدول الواقعة على بحر الشمال .

## السياحة في النمسا

تقع النمسا في وسط أوروبا وقد اكتسبت مكانتها بجانب ما مرت به عصور طويلة من الزمن من تغييرات ثقافية وتاريخية لأن أصبحت النمسا ذات طابع

جغرافي خاص جعل منها دولة كبرى تلعب دورا هاما بحكم موقعها كحلقة تسيطر بين الشرق والغرب بجانب ما تتمتع به من استقرار في الوضع الاقتصادي والأمن الاجتماعي .

تمتلى النمسا بالمناظر الطبيعية الخلابة ، والكثير من المنتجعات العلاجية ، والمنخفضات والمرتفعات التي تكسوها الخضرة على مدار العام ، وتتميز بالبيئة النظيفة والهواء النقي ، مع إمكانية التجول في الغابات ، والاستمتاع برائحة الأزهار الزاهية الألوان ، والتي تتمتع بآيات الجمال الرباني ، بجانب الكثير من وسائل الترفيه ، ويحتل الشعب النمساوي بكرم الضيافة والود والمحبة ، وهذه الأشياء كلها متاحة للزائرين إلى النمسا وما عليهم إلا تخصيص الوقت الكافي لذلك

### فيينا وأستراوس ومقاطعة الدانوب الأزرق

فيينا تلك العاصمة النمساوية التي تحقق أرقاما قياسية في مجال السياحة في العالم ، حيث يزداد عدد السياح خلال السنة لشهر الأولى من أي عام عن العام الذي يسبقه بنسبة ٦% مقارنة بما كان عليه التمتع السياحي خلال نفس الفترة من العام الذي يسبقه ، ويعتبر هذا الرقم قياسيا ، حيث تحتل النمسا مع فرنسا وأسبانيا المراكز الأولى تليها روسيا ثم الولايات المتحدة وألمانيا .

في فيينا يمكن رؤية الآثار المتبقية من الطبقات الأرستقراطية حيث قصر الأباطرة أو (الشرونبرون) ، الذي يعد واحدا من أهم قصور عائلة (هابسبرج) التي حكمت النمسا حتى نهاية الحرب العالمية الأولى ، والذي بنى لينافس قصر (فرساي) الفرنسي ، ويضم للشونبرون ١٤٤١ غرفة إضافية إلى قاعات عديدة تحتوي على أفخم الأثاث الذي استخدمه الإمبراطور ليوبولد الأول (والإمبراطورة ماريا تريزا) ، وزيارة المدرسة الإسبانية للفروسية وركوب الخيل التي تعد من المعالم الهامة للعاصمة فيينا ، والتي يجدر بالسائح أن يحجز مسبقا أزياءها والتمتع بمشاهدة عروضها الرائعة التي تقدمها الخيول منفردة أو بمصاحبة الفرسان . أو أماكن قضاء أوقات الفراغ الحقيقية في زيارتها المفضل . وبإمكان المرء القيام بجولة مثمرة لشراء الأشياء الفخرة أو الاستمتاع ببعض الوقت في النوادي

والملاهي الليلية بجانب القيام بزيارة لبعض المتاحف الضخمة المشهورة عالميا .  
أما بالنسبة لساق الفن ففي فيينا توجد الكثير من القطع النادرة ، ومن الأشياء التي  
تترك أثرا لا تمحي من الذاكرة متحف ساعات اليد والحائط الذي يحتوي على  
آلاف من القطع النادرة للصنع من أي مكان في فيينا إلى عام ١٨٩٦ أو الجلوس  
في مقاهي فيينا الشهيرة وخاصة في شارع كانترشراسة ، الذي تصطف على  
جانبيه المقاهي التي تقدم الحلوى النمساوية الشهيرة بمذاقها الجميل ، والتمتع برؤية  
الفنانين وهم يقومون بعرض لوحاتهم ويرسم وجوه المارة . ولكون فيينا من ضمن  
العواصم التي تعيش فيها أجناس مختلفة ، فمن المألوف أن تسمع في الطرقات  
والشوارع الكثير من اللغات بما في ذلك اللغة العربية ، والاهم من ذلك أن القادم  
إلى فيينا يشعر للوهلة الأولى بالترحيب الحار من أهلها وتبقى مشاهدة فيينا تحتاج  
إلى المزيد من الوقت .

### مناظر طبيعية متنوعة

أما بالنسبة للتضاريس الطبيعية فقد يجد القادمون للنمسا لهم في أرض  
خصبة مملوءة بالمناظر الطبيعية لمملكة النبات المتنوعة ، فعلى امتداد الجنوب  
الغربي توجد جبال الألب المكسوة بالخضرة وحيث أن أعلى قمة بها ٣٨٠٠ مترا  
أما في الجانب الشرقي فتوجد الأملكن التي تتصف بالهدوء حيث تحيط بها الخضرة  
الدائمة أو الغابات والبساتين والحدائق التي تنتشر في كل مكان ، ويتحلى الشعب  
لنمساوي بالوعي بأهمية السباحة ويكرم الضيافة الزائد حتى تشعر وكأنك في  
وطنك وبين اهالك وأصدقائك .

وكل مدينة من مدن النمسا لها طابعها الخاص وجاذبيتها الساحرة ورونقها  
حتى انه لا يمكن الخلط بين الواحة والأخرى ، فمن النمسا ليست فقط بنايات  
تاريخية ومناظر طبيعية خلابة ، بل هي توفر عروض ثقافية مبهره وإمكانيات  
هائلة لقضاء أمتع الأوقات ، حيث أن المتعة من نصيب الجميع . ومن المميزات  
التي تتمتع بها النمسا وتكسبها مكانة سياحية خاصة على المستوى الدولي ،  
الاستقرار والأمن للذان يشعر بهما الزائر ، والسائح لا يشعر بالملل أو الغربة

بسبب تألف النمساويين واحتضان المدن للنمساوية على مدار العام للعديد من المهرجانات الدولية للفنون والثقافة .

### ملتقى الفن والغناء

في الصيف تصبح فيينا ملتقى الفن لا سيما الموسيقى والغناء إذ تقدم العروض الفنية الصيفية ويفد إليها عشاق الموسيقى والمسرح من العالم كله ، وفي قمة هذه العروض والاحتفالات الفنية يقام . . . عام في إحدى المساحات القديمة مسرحية لهوفمان مثال هي يورمان أو كل الرجال التي تتور حول شخص غني نسي ذكر ربه على النعمة التي فضلها ، نك . يستيقظ عندما تكوي في اننه عبارة يورمان التي تسمع بكل أرجاء المدينة وهنا يرجع إلى صوابه وذكر ربه .

ونود أن نشير أن السياحة هي قاطرة التنمية للنمسا لأنها صناعة كثيفة الاحتياج للأيدي العاملة تجر وزائنها الكثير من الأنشطة ، مدرة للدخل ، تساهم على خلق العملة وعلى تكريب الكوادر الفنية والبشرية ونجد أن موضوع الجودة هو معيار المبني في عالم اليوم والغد . وتشكل السياحة جانباً كبيراً من الاقتصاد للنمسا ، حيث بلغ معدل اللإيالي السياحية حوالي ٣٨٠٠٠ ليلة سياحية وبلغ الدخل القومي من ٢٠ : ٢٥ % ، وبلغ متوسط إنفاق الفرد حوالي ٨٩٢ دولار في اليوم .

### السياحة في اليابان

اليابان هي سلسلة طويلة ضيقة من الجزر التي تمتد على شكل قوس مائل في اتجاه الشمال الغربي في المحيط الهادئ وتقع على الحافة الشرقية لقارة آسيا على نفس خط عرض شمال أفريقيا وجنوب أوروبا وتتكون اليابان من ٤ جزر رئيسية هي هوكايدو / هونشو / شيكوكو / كيوشو إلى جانب العديد من الجزر الصغيرة .

وتتقسم هونشو إلى ٤ مناطق هي ( توهوكو / كينتو / شوبو / كيوكي / شوجو ) وهي ٣/٤ مساحة اليابان وتتكون من العديد من الجبال والتلال والمساحة المستوية المتاحة والمصالحة للزراعة والتنمية الريفية تعتبر ضيقة جداً حيث يعيش فيها حوالي ١٢٥ مليون شخص في مساحة ضيقة جداً من اليابان .

## المساحة :

يمتد الأرخبيل الياباني الذي يقع تجاه الساحل الشرقي للقارة الآسيوية في قوس ضيق طوله ٣٨٠٠ كم ، والمساحة الاجمالية لليابان حوالي ٣٧٧٨١٥ كم<sup>٢</sup> وهي أكبر قليلا من المملكة المتحدة ، ولكنها ١/٩ حجم الهند فقط وحوالي ٢٥/١ من مساحة الولايات المتحدة وتمثل أقل من ٣ % من مساحة أرض العالم .

وشمال اليابان يقع على نفس خط العرض الجغرافي لميلان لأدور تالاند بينما جنوبها على نفس خط عرض جزر البهاما وهذا يعنى أن طول اليابان من الشمال إلى الجنوب يشبه للمسافة من أوسلو إلى نابولي واليابان مقسمة إلى ٨ مناطق كبرى رئيسية و٤٧ ولاية .

## البراكين والزلازل والمناخ :

توجد الحديد من البراكين في اليابان لأن البلاد تقع في منطقة تتقابل عندها العديد من القارات ، وهذه البراكين تساهم في وجود الينابيع الساخنة ، وهي بدورها تساهم في علاج الحديد من المرضى ، وأشهر البراكين هي ( Mt.Fuji ) وهي أعلى منطقة في اليابان وولادة من أجمل الجبال في العالم ويمكن رؤيته من طوكيو عندما يكون الجو صحو . وتشتهر اليابان بأنها ولادة من أنشط مناطق الزلازل في العالم .

وتقع الجزر اليابانية في المنطقة المعتدلة ، والمناخ معتدل بصفة عامة رغم أنه يتباين إلى حد كبير من مكان إلى مكان ، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى التيارات الهوائية القارية من الشمال الغربي التي تسيطر على جو الشتاء وتيارات الهواء في المحيط من الجنوب الشرقي التي تصود في شهور الصيف .

وهناك أربعة فصول متميزة في أغلب أجزاء اليابان ، ويبدأ الصيف وهو حار رطب حوالي منتصف يوليو ، يمسقة موسم يستمر عادة حوالي شهر فيما عدا في هوكايدو ، وهي الجزيرة الكبرى التي تقع في أقصى الشمال ، حيث ليس هناك مطر على الإطلاق ، ويميل لشتاء إلى الاعتدال على الجانب الذي يقع على

المحيط الهادئ ، مع أيام عديدة مشمسة ، في حين يميل الجزء الواقع على جانب بحر اليابان إلى أن يكون ملبدا بالخيموم . ومنطقة الجبال الداخلية واحدة من أكثر مناطق العالم جليدا كما تتميز هوكايدو أيضا بمواسم شتاء شديدة ، وتكون كلتا هاتين المنطقتين مواقع ممتازة لرياضيات الشتاء .

والربيع والخريف هما أفضل فصول السنة ، حيث تسود الأيام المنعشة والشمس الساطعة في أنحاء البلاد رغم أن ، بتمبر قد يجلب الأعاصير والتي قد تغمر المناطق الداخلية بمطار غزيرة ورياح عنيفة .

وتقع طوكيو العاصمة على نفس خط العرض الذي تقع عليه اثينا ، ولوس انجلوس وطهران ، وتتمتع المدينة بشتاء معتدل نسبيا ، مع رطوبة منخفضة . وجليد بين حين وآخر ، على عكس درجات الحرارة المرتفعة والرطوبة في شهور الصيف وينتج عن الجمع بين سقوط الأمطار والمناخ المعتدل وجود غابات سخية ونباتات وفيرة .

### التضاريس والسكان :

تمثل تضاريس اليابان المعقدة أمرا مناقضا لمنحها المعتدل نسبيا ، وحيث أن الجزر اليابانية بها سلسلة طويلة من الجبال تمتد من جنوب شرق آسيا حتى ألاسكا . فقد أعطى ذلك للبلاد خطا ساحليا طويلا صخوريا مع موانئ كثيرة صغيرة ولكنها ممتازة . كما أوجد عددا كبيرا من المناطق الجبلية ذات الوديان الكثيرة والأنهار السريعة للتدفق والبحيرات الراقية وتشكل الجبال حوالي ٧١% من جملة مساحة أرض اليابان وفقا لمسح لجراء معهد المساحة الجغرافية بوزارة التعمير وأكثر من ٥٣٢ من هذه الجبال يزيد ارتفاعها على ٢٠٠٠ م ويبلغ ارتفاع أطولها فوجي Fuji حوالي ٣٧٧٦ م ورغم أن بركان فوجي لم يثر منذ ١٧٠٧ م فإنه مصنف باعتباره أحد أنشط البراكين في اليابان ، وتكفل هذه البراكين للبلاد واحدا من أمتع أماكن البهجة هي الينابيع الساخنة المعدنية .

يبلغ عدد سكان اليابان تبعا لآخر إحصائية عام ١٩٩٩ حوالي ١٢٥ مليون



فردا وكل السكان اليابانيين ، ولكن أكثر من نصف السكان المقيمين في اليابان هم كوريين ، وتبلغ الكثافة السكانية في اليابان حوالي ٣٢١ شخصا لكل كيلومتر مربع مما يضعها بين الدول الكثيفة سكانا مثل بلجيكا وهولندا وكوريا ، ويحث اليابانيين في الوقت الحالي في ثلاث مناطق رئيسية في مدن طوكيو ، أوساكا ، ناجويا والمحافظات المحيطة بها ويقدم ١/٤ اجمالي سكان اليابان في منطقة طوكيو الكبرى .

ويمر تكوين سكان اليابان من حيث السن بتغيير تدريجي . فالتكوين النموذجي قبل الحرب حيث كان جزء كبير من السكان من الأطفال في سن ١٤ عاما كانوا يشكلون قاعدة عريضة ثم أخذت تتراجع نتيجة للنقص في معدل المواليد . وفي عام ١٩٨٧ كان حوالي ١٠,٩ ٪ من اجمالي سكان اليابان ممن بلغوا سن الخامسة والستين فما فوقها . وهذا الرجل الآن منخفض إذا ما قورن بدول غربية ؛ حيث النسبة حوالي ٢٠ ٪ و بريطانيا تريد للنسبة عن ١٥ ٪ غير انه لما كان متوسط فترة العمر في اليابان هي الأعلى في العالم حوالي ٨١ سنة للنساء و ٧٥ سنة للرجال فإن نسبة المواطنين المتقدمين في العمر آخذة في الإزدياد بشدة و من المتوقع أن تصل إلى ٢٣,٦ ٪ بحلول عام ٢٠٢٠ .

### الحياة العائلية :

قبل الحرب العالمية الثانية كان اغلب اليابانيين يعيشون في أسر ممتدة من ثلاثة أجيال أو أكثر ، وكانت العلاقات العائلية يحكمها نظام سلطة صارمة ، وكانت السلطة الأبوية قوية ، وكان الآباء يحظون بالإحترام والطاعة من ابنائهم وفي المقابل يقدمون الاحترام نفسه والطاعة نفسها لأبنائهم ، وكان ينبغي للنساء للزوجات ان يطمعن أزواجهن وآباء وأمهات أزواجهن بإخلاص ، غير ان عملية إخماف الطابع الديمقراطي التي حدثت بعد الحرب العالمية قد غيرت من جوانب الحياة العائلية اليابانية خاصة بعد صدور القانون المدني عام ١٩٤٧ بمساواة الرجال بالنساء في كل مظاهر الحياة فألغى بذلك الطابع الأبوي للأسرة .

وقد كان للنمو الاقتصادي تأثير كبير على الحياة العائلية أيضا فمن أبرز

التغييرات التي حدثت زيادة عدد الأشخاص الذين يعيشون في أسر صغيرة تضم الأبوين والأطفال فقط ، وهو اتجاه دعمه تعمير المدن والتطور التكنولوجي

وقد انخفضت الأسر الممتدة والتي كانت تمثل ٤٤% من كل الأسر عام ١٩٥٥ إلى ١٥,٢% عام ١٩٨٥ وفي الوقت نفسه ارتفعت نسبة الأسر الصغيرة إلى ١٠,٦١% من كل الأسر عام ١٩٨٥ وكان هناك تغيير آخر هو للنقص الحاد في عدد المواليد إلى جانب الاتجاه المتزايد من هجرة الشباب إلى المدينة للبحث عن عمل والعيش في عناير نوم الشركات أو بمفردهم ، فإدى ذلك إلى نقص متوسط حجم الأسرة اليابانية .

وقد تحول أسلوب حياة اليابانيين إلى حد كبير إلى استخدام الأجهزة المنزلية الحديثة على نطاق واسع إلى جانب التوسع في صناعات الأطعمة الفورية الأعداد والمجمدة ، وقد ملحت وسائل الراحة هذه الأسر مزيدا من وقت الفراغ للقيام بالرحلات والسياحة إلى جانب للمساعي التطوعية ، والثقافية ، وبصفة خاصة في حالة النساء المتزوجات اللواتي كن مقيدات بالأعمال المنزلية ونتيجة لتزايد وقت الفراغ أخذ عدد متزايد من النساء في العثور على وظائف والالتحاق بدورات دراسية .

وقد أدى ارتفاع مستوى المعيشة وثباته نسبيا إلى ظهور وعى قوى بالطبقة المتوسطة بين اليابانيين ، وخاصة أن الأغلبية الساحقة من الشعب ترى أنها تنتمي إلى الطبقة المتوسطة . وقد أدى إلغاء مجتمع الطبقات بعد الحرب إلى تحقيق مجتمع أكثر مساواة ، قلت فيه التفرقة على أساس الطبقة ، وقد انعكست هذه المساواة في الدخول ، وتعتبر الفجوة بين أعلى الدخول وأدناها في اليابان أصغر فجوة بين الدول الصناعية المتقدمة ، كما أن للتغير الاجتماعي للأمة في أعقاب ثورة المعلومات زاد من تحسن أحوال الحياة ، فيطالب الشعب الآن برفاهية وراحة أكبر في صورة ساعات عمل مخفضة ، ومزيد من الفرص للمشاركة في أنشطة التطوع والقيام بالسياحة .

## العلوم والتكنولوجيا :-

يرجع تاريخ العلوم الحديثة والتكنولوجيا في اليابان إلى الجزء الأخير من القرن التاسع عشر عندما بدأت البلاد التي فتحت أبوابها تدرس بنشاط المعارف التي تستطيع أوروبا أن تقدمها ، وكانت اليابان في ذلك الوقت فقيرة في مواردها ، والطريقة الوحيدة التي تستطيع أن تتقدم بها اجتماعيا واقتصاديا هي من خلال الصناعات التكنولوجية التي يحققها شعبها - مواردها الحقيقي للدخل القومي . ولا يختلف الاعتماد الضروري لليابان على التقدم التكنولوجي اليوم عما كان منذ قرن مضى ، الذي تغير هو مكان اليابان في المجموعة الدولية حيث تعتبر الآن إحدى دول العالم الصناعية الكبرى ، ولذلك فإن اليابان نظرا لمكانتها يجب أن تشجع البحوث على نحو سوف يسهم في حل المشكلات ذات النطاق العالمي ..

إلى جانب التأكيد على إعادة بناء هيكل المساعي العلمية الذي دمرته الحرب والحصول على التكنولوجيا من الخارج ، انقسمت في أواخر الستينات وأوائل السبعينات بمشروعات على نطاق هائل ولقد حققت اليابان الآن تقدرا كبيرا من البراعة التكنولوجية الفارقة وخاصة في مجال التكنولوجيا الالكترونية ولا تزال مساعي اليابان العلمية والتكنولوجية تتميز بتوجيهها فقط نحو الاستخدام المدني ، ولكن الملاحظ أن تمويلها يكون بواسطة القطاع الخاص ، وتضطلع اليابان بعدد كبير من مشروعات التنمية التكنولوجية واسعة النطاق مثل مشروعات الطاقة النووية حيث يوجد في اليابان تبعا لأخر إحصائية عام ١٩٨٧ حوالي ٣٥ مفاعل نووي للطاقة الكهربائية تعمل في اليابان ، وتشكل حوالي ١٦% من طاقة توليد الكهرباء في البلاد وحوالي ٢٩% من إجمالي الكهرباء المولدة . إلى جانب بحوث لاستكشاف الفضاء ، وقد أطلقت اليابان فعلا الحديد من الأكمار الصناعية لاستخدمات مختلفة تشمل التنبؤ بالطقس والاتصالات والإذاعة ورصد الأرض بأجهزة الاستشعار من بعد ، وتحاول أن تصبح شريكا نشطا في مجموعة متنوعة من المشروعات الدولية لاستكشاف الفضاء الكوني بواسطة الإنسان ، مثل المشروعات التي تنزعها أمريكا لإقامة محطة فضائية إلى جانب مشروعات

البحوث والتطوير الرئيسية التي تجرى الآن ، وتشمل عدة مجالات مثل الموارد البيولوجية البحرية ومياه البحر وموارد قاع البحر ، و طاقة المد والجزر البحرية ، وحماية البيئة البحرية إلى جانب البحوث النشطة في علوم النبات والحيوان بهدف توضيح العمل المعقد لكل الأنواع الحية ، وتطبيق النتائج في قطاعات للتنمية البيولوجية ، تشمل الرعاية الصحية ، وحماية البيئة ، والزراعة ، وصيد الأسماك ، وتصنيع الأغذية ، والغابات ، والصناعات الكيميائية إلى جانب مجال الهندسة الوراثية للبحث عن أسباب بعض الأمراض كالسرطان والأمراض العقلية والمسر ، والبحث عن تقنيات الإنتاج الكبير للمواد الطبية للناصرة ، مثل الأنسولين وهرمونات النمو البشرى وتنمية كائنات لاستخدامها في الكيمياء الصناعية وعمليات التخمر وتربية .

### المنتدى المصري الياباني :

الحققة أن اتفاق السائح الياباني من أعلى المعدلات ، ومستشهد الفترة القادمة زيادة ملحوظة في القاصدين للسباحة من أوزاكا إلى القاهرة والسوق الياباني يعتبر على قمة الأسواق السياحية الواعدة بالنسبة لمصر . وقد كانت مصر هي البائدة بالتحرك اتجاه اليابان بعد لحداث ١١ سبتمبر ، وكانت هناك حزمة من المبادرات النشطة من تنفيذ حملة علاقات عامة مهنية وإعلامية بالتنسيق مع الجهات المعنية في قطاع الطيران للساحلي المصري ومنظمي البرامج والرحلات بالأسواق اليابانية ، إلى جانب اعداد برامج للتنشيط والتسويق والترويج من أهمها برنامج تحفيز الطيران للعارض للمصري والياباني المتجه إلى المناطق السياحية المصرية المختلفة .

وقد اعرب ممثلو الشركات اليابانية عن تفهم التامة في تميز المقصد السياحي واستقراره وانه نتيجة لهذه الحملة التسويقية للدعاية ، عادت للباخرة العملاقة اسوكا لزيارة الإسكندرية وشرم الشيخ بعد توقفها عام ١٩٩٧ ، وقد أوصى المنتدى المصري الياباني بما يلي :

١. إنشاء مجلس سباحي مشترك .

٢. التوصية بتطبيق إجراءات تسهيل دخول السائحين ببطاقة الهوية .
٣. الإعلان عن امان المقصد السياحي المصري مع استمرار إجراءات لضمان الامن .
٤. تطوير حركة الطيران بين مصر واليابان لزيادة الطاقة الاستيعابية للنقل الجوي.
٥. أهمية توفير برامج سياحية جديدة تعتمد على عناصر الجذب للسائح الياباني مثل مراقبة ومشاهدة الطيور ، اجازات شهر العسل ، اللواحات ، سياحة الجولف ، القطن ، إضافة إلى الرحلات المدرسية .
٦. زيدة الحملة التثقيفية للمقصد في السوق الياباني وتركز الحملة على الرقم ١٤٠ المعبر عن زيارة وفد من الساموراي عام ١٨٦٢ واتخاذهم شعارا للحملة .
٧. تكرار زيارة وزير السياحة المصري لليابان لتحقيق مزيد من التفاعل المشترك بين القطاعين المصري والياباني .
٨. دعوة رجال الأعمال اليابانيين للاستفادة من المجال الاستثماري المصري وتعريفهم بالضمانات والحوافز التي تقدمها الحكومة المصرية .

### السياحة في قبرص

قبرص هي الجزيرة الجميلة التي تقع في شرق البحر الأبيض المتوسط مساحتها ٩٢٨٥٢ كيلو متر وسكانها من اليونان والأتراك وعاصمتها نيقوسيا والمدن الرئيسية فيها ليماسول Limaso وفماجوستا Famagosta وجزيرة قبرص تتمتع بطقس رائع وطبيعة خلابة وكرم ضيافة مبالغ فيه من أهلها الذين لا يستعملون كلمة "أجنبي" أو "غريب" بل يستعملون كلمة "ضيف" مما جعل نسبة كبيرة ممن يزورونها يقررون معاودة الحضور إليها ، إنها جزيرة قبرص .. ومن أهم صفات القبارصة إلى جوار الكرم وحسن الضيافة هي صفة الأمانة ، وترك السيارات في الشوارع مفتوحة النوافذ سواء في النهار أو أثناء الليل شئ عادي ومألوف في قبرص .

وقد كتب عن هذه الظاهرة صحفيون وكتاب عديدون زلوا الجزيرة وشاهدوا هذه الحقائق عن كثب قائلين إنها - أي قبرص - من أول بلدان العالم امانا وامانة .

إن قبرص هي لكبر جزيرة في البحر الأبيض المتوسط ، وتقع على ملتقى ثلاث قارات هي أوروبا ، واسيا ، وأفريقيا مما جعلها على مر قرون طويلة هدفا للقادمين إليها من زوار ، وتجار ، وقرصنة ، وغزاة ، وقد أصبحت الآن هدفا للمتاحين ، ورجال الأعمال ، الذين يستمتعون فيها بأحسن طقس ، ووسائل راحة ، وتسهيلات .

وهذه الجزيرة تحتوي على سلسلتين من الجبال تشق وسطها سهول في المنطقة الوسطى - القسم الاعلى من الشمال الشرقي فهي بشكل شبه جزيرة ضيقة تسمى كارباس تمتد نحو الغرب وتشكل جبالا كلية تصل إلى ارتفاع ٩٥٩ مترا ، هذه المرتفعات الشمالية تحتوي على أحراش صغيرة وتشتمل على قرى تعيش على الزراعة لاسيما زراعة العنب والحمضيات . وتشرف هذه الجبال على سهل يقال له ميسورة حيث توجد بعض المساحات المجدبة . وفي أعماق الأودية تتكون السيول المتدفقة ، مما جعلهم ينشئون السدود والقناة الخزانات المائية لسقاية الزراعة وبدأت اغلب الأودية تتحول إلى حقول خصبة لإنتاج القمح والقطن والبرتقال وفي المنحدرات يهتمون بزراعة العنب . وكل الاقسام الساحلية لهذه الجزيرة تشتمل على مرتفعات بركانية هي مناطق قاحلة وقليلة السكان ويستخرج منها معدن النحاس واسمه باللاتينية سيبيريوم ومنه اشتق اسم الجزيرة . وكان للنحاس المستخرج من الجزيرة يصهر في مكانه ويرسل سباتك إلى مصر وبلاد ما بين النهرين . وهذه الثروة المعدنية فتحت أبوابها للغزاة الطامعين فاحتلها فرعون مصر تحتمس الثالث عام ١٥٠٠ ق.م واحتلها مروجون ملك آشور في نهاية القرن الثامن قبل الميلاد ثم احتلها داريوس "نار القارس" عام ٥٦٠ ق.م وقد احتلها الاسكندر المقدوني واصبحت للمرة الأولى تابعة لليونان ويموته أصبحت تابعة للبطالسة في مصر واحتلها الرومان عام ٥٨ ق.م . ولكن الإمبراطور سيزار

أعادها إلى بطليموس ، وفي عام ١٧م أصبحت مقاطعة تابعة لكilikia وفي عام ٢٢م صارت تابعة لروما وفي أوائل القرن الأول للميلاد نزلتها المسيحية وزارها بولس الرسول الذي تمكن من إقناع حاكمها باعتماد المسيحية .. وهكذا يمتد تاريخ قبرص إلى أكثر من ٧٠٠٠ سنة قبل الميلاد حيث آثارها ترجع إلى العصر الحجري ، وفي القرن الثاني عشر قبل الميلاد جاء اليونانيون إلى الجزيرة جاليين لها اللغة والحضارة اليونانية ، ومنذ ذلك الوقت أخذت الجزيرة طابعها اليوناني ، وقد كانت هدفا لاحتلال الآشوريين والمصريين ، والفرس ثم جاءها الرومان ، وبعدهم أصبحت جزءا من الإمبراطورية البيزنطية حتى عام ١١٩١ بعد الميلاد عندما قام باحتلالها الملك ريتشارد قلب الأسد ثم جاء الفرنسيين وتلاههم حكم اللينينيين حتى سنة ١٥٧٠ ، وتلاههم الأتراك حتى سنة ١٨٧٨ عندما قام الإنجليز باستئجار الجزيرة من الأتراك لإشرافها منها على مصالحهم في قناة السويس ، وفي سنة ١٩١٤ احتلت إنجلترا الجزيرة واعتبرتها إحدى مستعمراتها إلى أن نالت الاستقلال سنة ١٩٦٠ بعد كفاح طويل للشعب القبرصي .

وفي شهر يوليو سنة ١٩٧٤ قامت تركيا بغزو الجزيرة مستعملة أساطيلها الجوية والبحرية ، ودبالتها الحديثة ، ونزلت ٤٠ ألف جندي تركي قاموا باحتلال ٣٨% من أراضي قبرص ، وشردوا ٢٠٠ ألف من القبارصة اليونانيين من ديارهم ، حيث يعيشون الآن كلاجئين في الجزء الحر من الجزيرة ، ولا زالت المشكلة القبرصية قائمة منذ ذلك الوقت ، وحتى الآن بدون حل رغم قرارات الأمم المتحدة المتكررة ، المنادية بتسحاب جميع القوات الأجنبية من الجزيرة ، وعودة اللاجئين إلى ديارهم ، وبالتالي استقلال جزيرة قبرص .

إن الجزيرة التي تبلغ مساحتها ٩٢٨٢ كيلومترا مربعا ، تحوي مزيجا من مزايها يندر تواجدها متجمعة ، فشمسها التي تندر أن تغيب عن سمائها طوال فصول السنة تجعل من شواطئها متعة لمحبي البحر وشواطئه ، بينما على بعد كيلومترات قليلة من الشاطئ توجد الجبال - وإعلاها هو جبل ترودوس - الذي تغطيه الثلوج خلال فترة الشتاء حيث يستمتع بالترحاق عليها هواة الرياضة .

وفي مختلف أنحاء الجزيرة تتواجد الغابات ، والزهور ، وأشجار النخلة المختلفة ، والتي تزيد من جمال الطبيعة فيها إلى جوار البحر ، والشواطئ ، والجبال ...

## أهم المدن والمعالم :

### نيقوسيا

هي المدينة العريقة الواقعة في قلب الجزيرة ، وعاصمتها من القرن الثاني عشر بعد الميلاد ، ويبلغ عدد سكانها حوالي ١٥٠ ألف نسمة ، وهي تتكون من نيقوسيا القديمة التي يحيطها سور المدينة الفينيقي للقديم المبني في القرن السادس عشر والمعروفة بشوارعها الضيقة وما تحويه من مباني قديمة ومتاجر صغيرة تقوم بعضها بصناعة المنتجات التقليدية ، ومنها السلع النحاسية والفضية ذات الطابع الشرقي الجميل . ومن أهم معالم نيقوسيا القديمة القصر الكبير لرئاسة الأساقفة الأرثوذكسية والواقع إلى جوار كاتدرائية القديس يوحنا .. والمتحف البيزنطي وكذلك الحي القديم "لايكي بيتونيا" وشارعي "ليدرا" و"أوليا ساجوراس" التجاريين ... ونيقوسيا الحديثة ، والتي امتدت خارج أسوار المدينة القديمة .. والتي تتميز بالشوارع الواسعة وأهمها شارع مكاريوس ، والمباني الحديثة والقبائل الجميلة ذات الحدائق للواسعة وحمامات السباحة ، والمعالم الشامخة ، والمتاجر الكبرى ، والبنوك ، والمطاعم ، والمسارح ، ودور السينما والنوادي الليلية التي تقدم للموسيقى والغناء والبرامج الفنية التي تستمر حتى الساعات الأولى من الصباح .

ويوجد في نيقوسيا ٢٥ فندقاً من مختلف الدرجات وبالتالي مختلف الأسعار ما بين خمسة نجوم ، ونجمة واحدة ، مما يوافق كل رغبة وكل ظروف .. والفنادق الكبرى تقدم قمة وسائل الراحة والخدمات وفيها المطاعم ومقاهي فلجزة تقدم مختلف الأطعمة القبرصية والعالمية ، وتحتوي على قاعات للاجتماعات والمؤتمرات مما جعل من نيقوسيا مركزاً مثاليا للمؤتمرات في منطقة الشرق الأوسط ، وإلى جوار الفنادق توجد في نيقوسيا شقق فندقية للراغبين في هذا النوع



من الإقامة وهي أيضا مختلفة الدرجات ، بين الفاخرة والبسيطة الرخيصة الاجر .  
ولعله من المؤسف أن الجزء الشمالي من نيقوسيا أصبح منذ عدة سنوات  
محتلا من قبل القوات العسكرية التركية .

**ما يمكن مشاهدته في نيقوسيا ..**

المتحف القبرصي وما يحويه من نفائس تاريخية من بينها تمثال افروديت  
آلهة الحب والجمال - متحف الفنون الشعبية - قصر رئاسة الأساقفة - كاتدرائية  
القدوس يوحنا - أسوار المدينة القديمة الفينيقية - بوابة فلماجوستا - العديد من  
الكنائس وما تحويه من زخارف ولوحات وأيقونات تاريخية - مختلف الأديرة وفي  
مقدمتها دير كيكو ملخيراس - كذلك المركز الثقافي الخاص ببلدية نيقوسيا ،  
والمركز القبرصي للصناعات اليدوية ، وبالطبع الأسواق القديمة منها والحديثة ،  
والتي تتواجد فيها مختلف المنتجات والسلع العالمية والقبرصية .

**ليماسول**

إنها ثاني أكبر مدينة في قبرص ، ويزيد عدد سكانها عن ١٠٠ ألف نسمة  
، وهي في نفس الوقت أكبر ميناء بحري في الجزيرة ، والمركز التجاري الأول  
بها ، حيث تم إنشاء ميناءها الجديد الضخم بالإضافة إلى مرافئ لليخوت .

وقد تطورت ليماسول في السنوات الأخيرة فأصبحت المدينة السياحية  
الأولى في قبرص ، بما تحويه من فنادق ومطاعم ، وميتالجر ، وملاهي ، هذا  
بالإضافة إلى الكرنفال والمهرجانات العديدة حيث لا يكاد يمر أسبوع خلال فصل  
الصيف إلا وتشهد المدينة مهرجانا جديدا بمناسبة عيد جديد ... فهناك عيد الزهور  
وعيد الفاكهة .

وقد أصبحت ليماسول تحصل عن حق اسم (مدينة الأعياد والمهرجانات) .

والفنادق في ليماسول كثيرة ، إلى جوار الشقق الفندقية ، وهي أيضا على  
درجات ومستويات مختلفة (ما بين خمسة نجوم ونجمة واحدة) وذلك لتناسب  
مختلف الرغبات ، وجزء كبير من هذه الفنادق والشقق الفندقية - خاصة الكبرى

منها - تقع على الشاطئ مباشرة ، وتقدم أنزلاتها كافة وسائل الراحة والتسمية  
ومزولة الرياضة بما فيها رياضة التزحلق على الماء

وعلى بعد قليل من ليماسول توجد المناطق الجبلية التي تغطيها الثلوج  
خلال فصل الشتاء .

### ما يمكن مشاهدته في ليماسول

متحف الآثار - الحدائق العامة وحديقة الحيوانات - متحف الفنون الشعبية  
- القلعة التي فيها عقد قران ريتشارد قلب الأسد سنة ١١٩١ ميلادية ، والتي  
أصبحت الآن متحف القرون الوسطى - أثر اماثوس وكوريوم القديمة - معبد  
لولو - قلعة كولوسي - شاطئ ليديز مايل - مزارع فاسوري للحمضيات والعنب  
بديمة الجمال - مختلف الكنائس والأديرة بما تحويه من نقوش ولوحات ، وبالطبع  
الشوارع التجارية وفي مقعمتها شارع ليوس - ندريلس وشارع مكاريوس .

### لارنكا

هي المدخل الرئيسي لزوار قبرص عن طريق الجو ففيها مطار قبرص  
الدولي الذي يربط الجزيرة بدول أوروبا والشرق الأوسط ، وهي مدينة عريقة ذات  
تاريخ قديم تبعد عن نيقوسيا حوالي ٥٠ كيلو مترا (حوالي نصف ساعة بالسيارة)  
ويبلغ عدد سكانها ٤٠ ألف نسمة ، فيها كنيسة القديس العازر الذي جاء إليها بعد  
أن أحياء المسيح بقدرة الله من الموت ومات مرة ثانية بعد ٣٠ سنة (عاشها في  
لارنكا) ، وفيها إلى جوار بحيرة الملح ولحد من أهم الآثار الإسلامية وهي تكية  
مالا سلطان .

وقد تطورت لارنكا في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا وملحوظا حيث  
أنشئ فيها ميناء بحري ومرافأ لليخوت ، بالإضافة إلى مطارها الدولي الذي يمكنه  
أيضا استقبال طائرات (الجامبو) كما أقيم فيها عدد كبير من الفنادق الجديدة من  
مختلف المستويات ما بين الخمسة نجوم ونجمة واحدة ، وذلك إلى جوار العديد من  
الشقق الفندقية مما جعل المدينة عريقة بتاريخها وأصبحت مركزا سياحيا هاما في  
قبرص .

## ما يمكن مشاهدته في لارنكا وشواحيها .

كنيسة القديس لعازر - تكية هالا سلطان - القلعة القديمة - المتحف - منطقة كيروكيتيا التي تحوي آثارا من العصر الحجري يرجع تاريخها إلى عام ٦٥٠٠ قبل الميلاد - بعض القرى التابعة للارنكا مثل قرية لكارا المعروفة بالتطريز اليدوي ، وبالإضافة لهذا بالطبع مختلف المتاجر في مدينة لارنكا وخاصة الموجودة في شارع (هرمس) التجاري .

## منطقة هاماجوستا (باراليمني) - پروتاجوراس - إيانابا .

هي أحدث المناطق السياحية في قبرص على بعد ٤٠ كيلو مترا إلى الشرق من لارنكا ، وهي تتميز بشاطئ عريض جميل ناعم الرمال وتحوي العديد من الفنادق والشقق الفندقية الحديثة من مختلف المستويات (وبالتالي الأسعار) إلى جوار مطاعم ممتازة تقدم مختلف الأطعمة وفي مقبعتها الأسماك . ومن أهم معالمها دير إيانابا الذي يرجع تاريخه إلى القرن السادس عشر والذي يطل على ميناء الصيد ومطاعم السمك المحيطة به .

## بافوس .

إنها المدينة العريقة التي تقع على الشاطئ الجنوبي الغربي لجزيرة قبرص ، والتي كانت عاصمة قبرص في العصر الروماني ، والتي تتميز بآثارها التاريخية الهامة إلى جوار مناظرها الطبيعية الخلابة والتي يبلغ عدد سكانها ، الآن ١٠ آلاف نسمة .

وترتبط بافوس بأسطورة أثرويت إلهة الحب والجمال التي ولدت فيها والتي تتواجد فيها بقايا معبدتها الذي كان من أهم أماكن الحجاج في العصر اليوناني القديم حيث كان يقصده آلاف منهم في كل عام من مختلف مناطق البحر الأبيض المتوسط .

وفي بافوس - شأن غيرها من مناطق قبرص - توجد فنادق وشقق فندقية عديدة من مختلف المستويات وبمختلف الأسعار .

ما يمكن مشاهدته في بافوس ..

المتحف - مناطق الحفريات والمكتشفات الأثرية وما تحويه من نقوش  
بديعة بالموزايك (الفسيساء) - القلعة البيزنطية ذات الأربعين عامودا - الحفريات  
الحالية للمسرح القديم ، الجنائزيوم ، وأوديون - القلعة واسوار الدفاع القديمة ،  
مقابر الملوك ، التي توجد فيها حوالي مائة منحوتة من الصخر تحت الأرض ،  
وبعضها يحوي أعمدة رائعة منحوتة بفن العصر اليوناني القديم - بقايا معبد  
أثروبيت - مكان ميلاد أثروبيت الأسطوري بجوار الصخور الواقعة في البحر  
قرب الشاطئ والمعروفة باسم (بتراتو روميو) - كنيسة للقيس بولس التي تم  
لاكتشافها حديثا والتي يرجع تاريخها إلى القرن الخامس بعد الميلاد - مناطق  
مزارع العنب - وادي شجر الأرز للرائع الجمال ، والذي لا يوجد مثله في كل  
منطقة البحر الأبيض المتوسط - نبع الحب أو (حملات أثروبيت) والذي يقال أن  
من يستحمون فيه تعود إليهم قوة للشباب !!

#### الأماكن الجبلية - جبال ترودوس ..

إن قبرص إحدى الأماكن القليل في العالم التي يمكنك أن تستحم في مياه  
البحر الدافئة وفي نفس اليوم وخلال أقل من نصف ساعة بالسيارة تستطيع أن  
تتمتع بالترحلق على الثلوج في جبال ترودوس وقمتها أوليمبوس التي ترتفع عن  
سطح البحر حوالي ٦٠٠٠ قدم (١٩٥٠ مترا) .

وجبال قبرص لا تقدم فقط للثلوج لرياضة الشتاء من ديسمبر (كانون  
الأول) وحتى مارس (آذار) بل إنها بطبيعتها الساحرة ونقاء جمال هوائها البارد  
تعتبر جنة حقيقية لزوارها خلال بقية شهور السنة ، إنها الهدف الأول ليس فقط  
لعشاق جمال الطبيعة والامتجماع بل أيضا لعلماء النبات ، والرسامين والفنانين  
وهي المكان الأمثل لاقامة الاجتماعات والمؤتمرات .

إن منطقة الجبال هذه تعتبر بحق جنة صغيرة على الأرض حيث الطبيعة  
الساحرة المتميزة بالرداء الأخضر تزينه الزهور وأشجار الفاكهة وغابات الأرز  
والصنوبر وشلالات المياه . وفي منطقة الجبال هذه تتواجد الفنادق الممتازة ،

مختلفة الدرجات والمستويات والأسعار ، وفيها تنتشر القرى والمراكز السياحية الجميلة الحديقة ومنها قرية فينسي المشهورة بصناعة الفخار . ومن أهم المناطق الجبلية تروندوس - لالتريس - بيدولاس كالوفيتاوتيس - اغروس - بيرايدي .

### ما يمكن مشاهدته في المناطق الجبلية ..

العديد من الأبرية : كيكوس - ترووديتيسا - خريسورياتيسا - الصليب المقدس . الحديد من الكتلنق ومنها : اسينو (سنة ١١٠٦ بعد الميلاد) - بناياتو اراكا - مارياتو توكوس (في غالاتا) يوس نيكولاس (في كاكويتريا) - الصليب المقدس (في بلندري) - القديس يوحنا (في كابو بلانيوتس) وغيرها .

### السياحة في استراليا

لقد باتت استراليا محط كثير من السياح من كافة أنحاء العالم الذين يتوقون لزيارتها حيث تتوفر بطابع متميز من مناخ عايل وطبيعة ساحرة ونظافة بيئتها بالإضافة إلى الأماكن السياحية بها والأنشطة الترفيهية العديدة ومنها ذات الطابع العالمي .

استراليا ذات طبيعة خلابة وهي تمتد على رقعة طولها ٤٠٠٠ كيلو متر من الشرق إلى الغرب و٣٠٠٠ كيلو متر من الشمال إلى الجنوب وميزتها الأساسية تكمن في ما يمكن مشاهدته من مناظر طبيعية متنوعة وألماط حياة مختلفة هي تجارب فريدة للسائح وتشتمل الزيارة إلى استراليا لزيارة الجولد كوست حيث التثويق والإثارة في مدينة سندي بالإضافة إلى طابع مدينة ملبورن المميز ، من مظاهر الاهتمام بالسائح في استراليا هي حرص الشركات السياحية على وجود فروع لديها في معظم المدن السياحية لتكون عوناً للزائر في أي مكان يتولج به ، وتوفير أماكن إقامة تناسب جميع الفئات من فنادق وشقق ملائمة في جميع أنحاء استراليا لتتناسب محتاجيها من فرق فنية أو سياح أو رجال أعمال .

ومن مظاهر الاهتمام أيضاً بالسائح العربي توفير المحلات التجارية لبيع المنتجات العربية ووجود موظفين ذوي كفاءة في اللغة العربية وتشغيل خط هاتف

لاستعلام المسافرين باللغة العربية عن أي معلومات تخص الرحلة ، بالإضافة إلى النقل المجاني للمساجد لزيارتها وإداء صلاة الجمعة ، وهناك العديد من الخطوط الجوية التي تتجه رحلاتها إلى استراليا كالماليزية والسنغافورية حيث تؤمن رحلات منتظمة من دبي وجدة والقاهرة وتغطي جميع المطارات الرئيسية في استراليا وهناك خطوط جوية أخرى تؤمن توقيت ملائم (ترافزيت) أبرزها كاني باسيفيك وطيران الخليج . كما أن شركة كونتاس هي الناقل الرسمي الأسترالي التي تعد الرحلات بالتعاون مع شركات الطيران الشرق أوسطية بالإضافة إلى الرحلات الداخلية في استراليا ، كذلك يمكن طلب سيارات الأجرة على الهاتف فهناك حد أقصى لسعر الأجرة إضافة إلى التعريفات المحددة وفقا للمسافة ، ويعملوا سيارة التاكسي لوحة إرشادية تبين ما أن كان التاكسي شاغرا .

ونتناول هنا الحديث عن المظاهر السياحية الحديثة لكل مما يلي :

### مدينة سيدني Sydney ومظاهر السياحة بها :

تشتهر هذه المدينة بالحياة العصرية ما بين متعة التسوق وأسلوب الحياة الحديث في ظل طبيعتها الخلابة التي تتخللها أفضل المطاعم والمقاهي فهي تضج بحركة دائمة ونشاطات ترفيهية وثقافية ، وهي من المدن الأكثر أمانا ونظافة غير إنها تضم إحدى الموانئ الطبيعية الأكثر سحرا في العالم ومن مظاهر السياحة بسيدني :

- < التتزه حول ميناء دارلينج Darling .
- < تسلق جزر ميناء سيدني .
- < التتزه في منطقة روكس Rocks .
- < مشاهدة مدينة سيدني من قمة برج Amp .
- < زيارة لكارليوم سيدني وحديقة Botanical والحديقة الصينية و Imax Theatre ومنتره سيدني للوليمبيات وبيت الاوبرا ومتحف Power House وغابة Taronga .

◀ التسوق في أشهر المحلات والأسواق مثل -Castlereagh - Elizabeth St - Queen Victoria Building .

◀ زيارة استوديو الثعالب Fox Studio تناول المأكولات البحرية في خليج Waston وزيارة Starcity كذلك زيارة العديد من المساجد بالإضافة إلى مشاهدة كهوف جينولان وتساق للجمال الزرقاء .

### جولد كوست Gold Coast ومظاهر السياحة بها :

تقع بين شاطئ خلاب تنبسط عليه الرمال البيضاء على امتداد ٧٠ كيلو متراً وغابات مطرية تتخللها مرتفعات جبلية وبها أجواء ترفيهية مذهلة وتتمتع بطقس مشرق طوال ٣٠٠ يوم من السنة ، وهي تعتبر مكان مثالي لقضاء عطلة عائلية رائعة ومن مظاهرها السياحية :

◀ ركوب عربات القيادة لاكتشاف منطقة ما وراء الساحل .

◀ اللعب بأحدث تكنولوجيا الألعاب في مدينة فانكازيا Funtasia .

◀ الاستمتاع بالاستجمام على شواطئ الهادي وشاطئ Eaplanade .

◀ الرحلات الليلية البحرية (Cruises) .

◀ زيارة محمية Currumbin وعالم الغابات وعالم الأفلام وعالم البحار Paradise Country وعالم الأحلام (هي مدينة تشمل وسائل ترفيهية كاللعب مع الكوالا والكنغارو ، وجزيرة النمر ، والترحلق على الجليد ومشاهدة عروض الكابوي ، وعالم عسل النحل ، وعالم الفاكهة الاستوائية ومتحف الشمع ، بالإضافة إلى وجود العديد من البازارات - Friday Nights Esblanade .

◀ النقل المجاني للمساجد وتوفير المطاعم التي تقدم وجبات حلال وفقاً للإسلام .

◀ الحياة الريفية الأسترالية حيث تقام مزارع حقيقية يقومون فيها بكل مظاهر الحياة الريفية كركوب الحيوانات ومشاهدة عروض المزرعة وعملية جز صوف الخراف واستخراج حليب الأبقار وممارسة لبعض الألعاب الشعبية

بالإضافة إلى مشاهدة طائر الامو وحيوان الكوالا والكانغورو والاستمتاع بحفلات باربيكيو في الأدغال وحفلات الشاي والغناء والرقص الشعبي بالإضافة إلى مباريات رعاة البقر في ركوب الخيل والبقر Rodeo .

◀ الاستمتاع بزيارة Brispane وسلط صن شاين .

### الفنادق وأماكن الإقامة

تنقسم الفنادق والشقق في استراليا بجودة خدماتها على اختلاف درجاتها واعدادها الكامل كحمايات السباحة للأطفال والشواطئ الرملية المطللة على مياه البحر وحمايات السونا والبخار والينابيع ، . بالإضافة إلى نوادي الأطفال وأماكن الباربيكيو ومناطق لانتظار السيارات المؤمنة جيدا ، وملاعب التنس والجولف ويتوفر في بعض الفنادق خدمات لحجز للرحلات البحرية أو لتذكرة الطيران أو تأجير للسيارات وغيرها من الخدمات التي يحتاجها السائح ، وتعتمد الحكومة الأسترالية قانونا صارما للتدبير الوقائية من حرائق في جميع أماكن الإقامة ويلتزم مالكي هذه المرافق بتطبيقها تفاديا للمخالفات لذلك يجب مراعاة العدد الأقصى المسموح به من الأشخاص الذين يقيمون في غرفة الفندق الواحدة، أو الشقة الواحدة لدى القيام بالحجز ولدى الوصول ، ومخالفة ذلك يؤدي إلى عدم قبول الفندق للزلاء .

### ملبورن Melbourne

هي ثاني اكبر مدن استراليا وهي مدينة أنيقة تجمع بين ناطحات السحاب والمباني العريقة التي مضي عليها ١٥٠ عام ، وتقع المدينة على ضفاف نهر بارا وفيها الكثير من حدائق والمتنزهات وهي مركز سياحي يجمع بين المهرجانات والتسوق والمقاهي مظاهر السباحة لمبورن .

◀ اللعب بعجلات الثلج في الجبال الزرقاء Buller .

◀ التترزه حول South Bank .

◀ مشاهدة لمبورن من قمة Rialto .



- < التجول بترام المدينة .
- < زيارة اكواريوم ملبورن وكوخ الكبتن للطبخ ومحلات الساحة اليونانية  
Greek Precinct ومتحف ملبورن والغابة الملكية وحديقة الكنوز .
- < زيارة جزيرة فيليب وحديقة Sovereign Hill ومزرعة Warrook Cattle .  
وتناول العشاء في Colonial Tramcar .
- < الاستمتاع بمشاهدة طريق المحيط العظيم والجبال الزرقاء ومدينة Heales  
Ville و Seal Rocks و Puffing Billy .

يتضح مما سبق أن استراليا مدينة السحر والجمال الخلاب وهي تعد مزار  
سياحي رائع حيث الغابات الاستوائية والطبيعة الساحرة والجزر الطبيعية وحيث  
تشتهر مدينة كيرنز Cairns بالحيد البحري الكبير وجريت بارير ريف Great  
Brrier Reef ذو الجمال الأخلاذ ، والغابات حيث تعيش أكثر من ١٤٠٠ صنف  
من الكائنات البحرية الغريبة لتكون أكبر حديقة بحرية في العالم ، وتنتشر في هذا  
الاكواريوم الطبيعي مئات الجزر الاستوائية التي تحولت إلى منتجات تناسب كافة  
الأنواع والميزانيات وتدرج ضمن فئتين جزر Whitsundy وجزر الهاميلتون  
وفئة جزر الحيد البحري وجزر Upper Reef Islands التي يمكن الوصول  
إليها عبر طريق مطار كيرنز وبالمدين المغسة بالحيوية والأسواق للفخمة حيث  
يتبع فيها نظام استعادة قيمة الضريبة عند شراء السياح للسلع التي يرغب في  
إخراجها كما تطبق على السلع التي تم شراؤها من متجر واحد بقيمة تفوق ٣٠٠  
دولارا استراليا والتي يتم إخراجها منها حيث يمكن للمتاح استعادتها عند بوابة  
المغادرة والتي تقوم بنسبة ١٠% على معظم المشتريات .

كما تتمتع استراليا بإقامة الحديد من المهرجانات والاحتفالات السنوية  
وشهرها الأحداث الأولمبية كما حدث في عام ٢٠٠٠ لكرة القدم ، استراليا حقا هي  
ولحدة من أكثر الأماكن التي تنبش الشعور الدافئ بالمتعة والأمان وحفاوة الضيافة  
كما تشققها الأعين لجمال طبيعتها وروعة ألوانها .

## السياحة في سنغافورة

انتماج متوازن ، وتناعم مميز .. وحيوية خاصة لمدينة تجمع آلاف الخصائص السياحية الهامة من حيث تناسق البيئة والانسجام والتوافق بين جميع عناصرها والجمع بين التقاليد والتطور بين الشرق والغرب وبين التقيد والبساطة ، كل ذلك يحدد شخصية سنغافورة ، المدينة التي تجمع بين عراقة التقاليد وحداثة التجديد بتناعم تام في مجتمع مكون من أصول مختلفة ، فهنا مستجد مكانا يتحول فيه الخيال إلى حقيقة ، وستجد في كل منعطف ما يدهش ، ويوما ما كان اسم سنغافورة "كلميسيك" أو (مدينة البحر) وقد اسمها السير ستامفورد رافلز عام ١٨١٩ ، فتحوّلت من قرية صغيرة هادئة للصيد إلى مدينة حديثة كبيرة تسكنها ٣ ملايين نسمة .

تتميز سنغافورة بمزيجها السكاني المكون من أصول متعددة ، مما يضيف طابعا فريدا من نوعه على هذا للمجتمع المتعدد الثقافات ، ومن يرغب في المتعة والاستجمام فعليه بزيارة سنغافورة المدينة التي تقدم الكثير من الترفيه والتسويق .

أن سنغافورة من المدن الحبيبة التي يسهل استكشافها في جولة على الأقدام ، خاصة أن محالها التجارية ومطاعمها تتركز في منطقة صغيرة ، والزائر لها يحرم على جولة يتمشى فيها بشارع (أورتشارد رود) الذي تشتهر به سنغافورة عالميا فقد سمي باسم الأشجار التي كانت بالمنطقة ثم تطورت فأصبحت الآن المنطقة الرئيسية التي تحل بالمناجر وألوان الترفيه والتسلية .

### مدينة حديثة تتميز بمعالها المتفردة

لقد ساعد موقع سنغافورة الجغرافي على جعلها من أهم مراكز الأعمال والتجارة في المنطقة والمميزة بمينائها البحري ومطارها الجوي المشهورين والمزدهحين على مدار السنة ، فالمطار يعد بوابة العبور الرئيسية إلى المنطقة ويستقبل ٦٩ شركة طيران ، ويعد نقطة ربط بين ١٣٣ مدينة في ٥٣ بلدا ، كما أن موقعها المميز على ملتقى طرق القارة الآسيوية يجعلها مركزا يجمع للشرق بالغرب وفيها الكثير من الأنشطة الفنية كحفلات برودواي الموسيقية والسينمائية

الكلاسيكية ، والمسارح ، والموسيقى الصلخية ، وكذلك المقاهي والنوادي الليلية ، ولا تستبعد أبدا مشاهدة حفل باليه يقام على بعد خطوات من أوبرا صينية تقليدية .

وتتفرد سنغافورة بالمشاهد الفنية الحية لتكون بذلك نقطة جذب سياحي لحدث خاصة تشمل برامج عالمية هامة مثل باليه بولشوي الروسي ، والمغني الإيطالي لوشيانو بافاروتي والمغني الأمريكي مايكل جاكسون ، والحفلات للموسيقى مثل كاتس ، البوساء ، فلانوم الأوبرا .

وتستضيف سنغافورة الأحداث الرياضية الضخمة على مدار العام مثل سباق دراجون المالبي للزوارق ، وجوني وكر للجولف ، وبطولة كأس بيلامنتون كونيكا ، وبطولة تنس هاينكن .

والمفاجأة الأخرى هو في عدد المراكز الثقافية والمكاتب الحديثة ومراكز التسوق ، ففي سنغافورة ما يزيد عن ٨٠ فندقا من الدرجة الأولى ، و١٨ ملهى راتعا للجولف ، ومجموعة كبيرة من المواقع السياحية والرومانسية وسط المدينة الساحرة . وعلى بعد خمس دقائق من الشواطئ الشمالية تقع جزيرة (سينتوسا) وتعني باللغة المالايوية الهدوء والسكينة ، ويعتبرها السنغافوريون كمنتجع بعيد عن زحام المدينة . وبالقرب منها جزر سلنت جونز وكوسو حيث تطو السباحة نسي البحيرات للزرقاء أو الاسترخاء على الشواطئ للتنمّع بقسط من الراحة .

### امتزاج الثقافات

، أن الحياة الثقافية في سنغافورة غنية ومتنوعة ويشارك فيها الكبار والصغار مما يضفي طابعا فريدا من نوعه على التقاليد المختلفة التي تعكس هذه الثقافات المتحدة .

وإذا قمت بجولة على الأقدام في (لينل لنديا) كامبونج جلام والحي الصيني الشهير فذلك سوف ترى مزيجا من المنازل والمتاجر بهندستها المعمارية القديمة في تقاسم مع ناطحات السحاب ، وإذا امتنكت الجولة إلى الأسواق ، فذلك سستمتع بمشاهدة الأرياء الوطنية ، وزيارة المعابد القديمة والمساجد الرائعة ، وتذوق

الأطباق الشهية . في الحي الصيني يمكن تناول أفضل المشروبات مع الأطباق الصينية المعروفة كشوربة زعائف القرش ، بينما في الشوارع القريبة تتوفر المطاعم الفخمة التي تقدم الأطباق الفرنسية المشهورة . وإلى جانب المعبد الهندوسي القديم .

وتطل في سماء سنغافورة مآذن المساجد التي بناها للمسلمون الأوائل . كل ذلك التباين والمزيج بين الثقافات يولد سحرا سليا ذا طابع خلص لا يدركه إلا من يزور سنغافورة .

أن مجرد زيارة سريعة لهذه الأماكن غير كاف ، فلا بد من التعمق في هذا المجتمع المرتبط بتقاليد وعاداته التي ورثها عن الأجيال السابقة ، فالعائلات الملاوية في ملابسها التقليدية (باجو كورنج) على وصال دائم مع المجتمع وتتابع تربطها الأسرى مع العائلات الأخرى .

رجال الأعمال الصينيون يختارون الأيام السعيدة لانجاز أعمالهم وصفتاتهم ، أما ربوات البيوت الهنديات فهن عادة ينشغلن بتحضير الوجبات اللذيذة للعائلة والأصدقاء خلال فترات الأعياد ، وفي كل مكان تبحث فيه ستجد سنغافورة المكان الذي تلقي فيه التقاليد والحداثة بتناسق تام .

### مهرجانات الألوان

عند زيارة سنغافورة فلا بد من الاطلاع على برامج الأنشطة الموزعة على مدار السنة والتي تمثل مجموعة مشوقة للأحداث .

تقدم المهرجانات تجربة مختلفة في اللون والتميز ، وتوفر قطبا عا جيدا عن الثقافات الغنية التي تؤكد أن سنغافورة نفسها تعتبر ميراثا غنيا . ففي (ثيمبسي) يسير الهندوس على جمار الفحم الملتهية ، والتي باعقادهم إتها تطهر أنفسهم من دنس الحياة ، أما الصينيون فيحتفلون بمنتهم القمرية الجديدة على طريقتهم الخاصة ، ولا شك أن الزائر سيعيش مهرجانا دقما على مدار السنة يفسح له المجال للاستمتاع والمشاركة .

وهناك تشكيلة غنية من المهرجانات الصينية في سنغافورة بالإمكان التمتع بمشاركة الصغار وهم يحملون المصابيح في مهرجان الخريف ، أو الاحتفال ببطولة شاب صيني أثناء مهرجان زوارق التتبن .

لا شك أن المشاركة في تجربة (ليل انديا) خلال (ديلاقلاي) عندما يضاء سيرانجون بالأنوار البراقة الممتدة إلى الشارع العام الرئيسي ، أو حتى تذوق وجبات العشاء المعروضة في الركن الملاوي الرئيسي في منطقة جيلانج أثناء مهرجانات هاري أمرا ممتعا بحد ذاته .

كما يجب عدم إضاعة فرصة المشاركة في احتفالات سنغافورة التي تمتد من نوفمبر ولغاية فبراير ، عندما تقدم سنغافورة (أطول حفل في العالم) ويعروض للاضواء ومهرجانات الأعياد وذلك ابتداء من أضواء عيد الميلاد في شارع اونرشارد إلى الألعاب النارية أثناء رأس السنة القمرية .

إضافة إلى كل هذا هناك حدثان هامين سنويا شهري يونيو ويوليو يصوران ولع أهالي سنغافورة بالطعام الجيد والتسوق ، وهما مهرجان سنغافورة للأطعمة وعروض الأسعار المخفضة ، إذ باستطاعة السائح أو المواطن التمتع بتشكيلة الأطعمة ، أو الحصول على عرض مميز للتسوق خلال هذه الفترة .

بالإضافة إلى هذا فإن الفترة تتميز أيضا بمهرجان الفنون حيث بالإمكان الحصول على أفضل الفنون الآسيوية والعالمية في أماكن العرض المميزة في المدينة .

## أطباق رائعة

بعد الطعام عاملا مهما في الحياة اليومية في سنغافورة ، فالمطاعم على جميع مستوياتها منتشرة من الخدمة على قمة أطول فنادق العالم وصولا حتى مراكز الباعة المتجولين ، حيث بالإمكان الحصول على أفضل تجربة غذائية في حياة البشر ، فالأطباق الصينية ، المالايوية ، والهندية وغيرها تجدها في كل زاوية في سنغافورة . وهناك مطاعم تقدم أفضل الأسعار في المنطقة مثل الأطباق

الأوروبية الهندية والبرفانكان (مزيج من المطبخ الصيني والمالاي) .

وهناك أكثر من ٥٠٠ مطعم توفر الوجبات التي تتناسب جميع الأنواق والتي تجمع بين المطبخ المكسيكي والياباني والإيطالي واليوناني والأمريكي الهندي ويمكن التمتع بإحدى هذه التجارب في إحدى المطاعم الواقعة على مقربة من نهر سنغافورة عند رصيف الزوارق أو رصيف كلارك ، وهناك العلامة التجارية الخاصة بأطباق سنغافورة والتي هي عبارة عن مزيج المطبخ الآسيوي والغربي ، ولتخوق هذه الوجبات الرائعة والمميزة لأبد من زيارة دوك شينجز في فندق رافلز أو الذهاب إلى المركز في منتزه الطوم ، أما الذين يبحثون عن التجديد ، فلا شك أن زيارة ضواحي سنغافورة . والمشاركة برحلة إلى (القزبة الهولندية) التي يعج أحد شوارعها بمحلات تناول للمشروبات والحلويات والمقاهي تمنح تجربة مميزة لا تنسى .

وإجمالاً هناك تنوع كبير في الوجبات تلبي جميع الأنواق ، ولذين لديهم اهتمامات أكبر في المأكولات السنغافورية ، هناك دورات للطبخ ، وجولات لتخوق الأطعمة ، وشهر مهرجان المأكولات في سنغافورة الذي يقام في يوليو ، يعد واجباً على متوقفي المأكولات المشاركة فيه .

### التسوق

التسوق في سنغافورة هو التشكيلة والجودة والقيمة الشرائية الجيدة للمال والخدمة الممتازة ، فهناك أحدث الإلكترونيات والمشغولات اليدوية التقليدية والملابس التي تحمل أشهر الماركات العالمية الأوروبية وبرامج الكمبيوتر كلها مضمونة الوجود في سنغافورة.

ولا شك أن تشكيلة البضائع هو في الحقيقة فرصة استثنائية ، والأزياء لأشهر المصممين العالميين موجودة في المراكز التجارية الكبيرة مثل سان تك سيتي ، نيجي آن سيتي أو وسما أتريا . كما تقدم المخازن التجارية المحلية مثل تانجز ومترو تشكيلة واسعة من الأزياء المحلية والعالمية . وإذا كنت تفضل تجربة تسوق مختلفة فإن (الحي الصيني) (وليتل انديا) (مامونج جلام) تقدم كل شيء ابتداء من البضائع التقليدية والهدايا التذكارية إلى الأدوات المنزلية اليومية .

وهناك مزادات عالمية تقام بانتظام بواسطة كريستيز ، ساوثي ويونهامز . إلى جانب هذا هناك صالات عرض متخصصة في الفن الآسيوي والغربي . ويقام معرض ترويزور للقطع الأثرية مرة في السنة ، ويقدم للفضل المجوهرات والرسومات والكثير من حول العالم لهواة جمع الفنون .

وإذا كنت ممن يحبون التسوق ، فقم بزيارة سنغافورة بين شهري يونيو ويوليو للتمتع بـ (مهرجان الأسعار المخفضة) حيث تقوم صناعة التجزئة مجتمعة بعرض تخفيضات ضخمة تشمل جميع المتاجر في الجزيرة ابتداء من الملابس والبضائع الإلكترونية والكاميرات والملكولات وصولاً إلى الألعاب الصغيرة .

### **مناخ سنغافورة**

تتميز سنغافورة بمناخها اللطيف والدافئ على مدار السنة حيث تتراوح درجة الحرارة بين ٢٤ و ٣٣ درجة مئوية . وتهطل الأمطار من نوفمبر ولغاية فبراير بشكل متقطع لتضفي على الجو نوعاً من البرودة .

### **اللغة المستخدمة**

اللغة المستخدمة معظم السنغافوريون يتكلمون اللغة الإنجليزية مع لغتهم الأم التي تكون عادة الماندرين ، المالاي أو التاميل .

### **الفنادق والمنتجعات**

هناك أكثر من ٩٤ فندقاً تقدم إقامة درجة أولى ، ولجنة فخمة إلى جانب فنادق متوسطة تقدم الراحة والأسعار المناسبة ومعظم هذه الفنادق تقع في مناطق الأعمال والتسوق .

### **التجول في المدينة**

هناك ٦٩ شركة طيران عالمية رئيسية تتوقف في سنغافورة حيث تتضاعف خيارات التنقل بوجود آلاف سيارات الأجرة ونظام الحافلات الزهيد الرسوم ، ونظام القطارات ووسائل النقل السريعة (لمس رايبيد ترانسبورت . لم أر أي) التي تنقلك حيث ترغب بكل نسبة من المشاكل ، وتمنحك (بطاقة المسائح)

وقيمتها ٧ دولار سنغافوري تنقلا لا محدودا في اليوم بواسطة الحافلة أو وسائل النقل السريعة . كما بالإمكان الحصول على بطاقة صعود إلى الحافلة بقيمة ٥ أو ١٢ دولار سنغافوري مقابل التنقل ليوم واحد أو ثلاثة أيام ، والخيار الآخر هو الحصول على بطاقة حافلة لمنغافورة تروالي بقيمة ٩ دولار سنغافوري للكبار و٧ دولار سنغافوري للصغار .

وهذه الخدمة تخولك تنقلات غي . . . ودية على مدار اليوم لزيارة الأماكن السياحية والمهمة في سنغافورة ، ولذا فإن شعار سنغافورة السياحي هو (لستكن سنغافورة وجهة سفركم التي تمنحكم لجمال لحايات العمر) .

### السياحة في إندونيسيا

للجولة بين الجزر الخضراء في الارخبيل الاندونيسي ممتعة ، لا مثيل لها في أي مكان من العالم كله في جمالها التي تبهر السائحين للعائدين .

وفي إندونيسيا يمكن أن تجد الفنادق الرائقة الممتازة (خمس نجوم) للمواجهة للشواطئ ذات الرمال البيضاء والمجهزة بالألعاب المائية من الملاحاة بالقرب الشراعي ، والغوص ، والطيران بالمظلات التي تجرها القوارب السريعة ، والمغامرات الملاحية في الأنهار .

وفي جزيرة بالي يمكن للمتاح أن يستمع إلى الأنغام الجميلة الناعمة من الجملان وهو مجموعة من الآلات الموسيقية التقليدية المصنوعة من النحاس ، وفي (سو) يمكن أن تلتقط صورة من اورانج لوتان (إنسان الغابة) مباشرة في وسط الغابة ، وفي الإمكان مشاهدة كاربان (مسابقة الثيران) في جزيرة مسادورا وشراء التحف في جاكارتا .

وهذه الأمور كلها ليست حلما في المنام ، لان الارخبيل الاندونيسي عبارة عن سلسلة الجزر الواقعة في جنوب شرق آسيا ، يقدمها السكان السياح والضيوف بكل فخر واحترام .

وهناك الكثير من السائحين من أنحاء العالم يعتقدون بأن الرحلة البحرية



إلى أجمالان طويلة ممتدة مقارنة برحلة العودة منها ، كما يعتقد بذلك الاندونيسيون أيضا إلا أن الحقيقة خلاف ذلك ... فهي رحلة ممتعة لمن يرغبون البقاء لأيام قلائل في حضن الطبيعة .

### التسوق والأسواق في إندونيسيا

لكل زاوية من زوايا مدينة جاكرتا العاصمة مظاهر جمالية كثيرة ، فهناك (بلوك أم) و(محلات فندق انداه) و(بلازا سنيلان) وغيرها تمثل مراكز تجارية للطبقة العليا في جاكرتا حيث تباع مجموعات كبيرة من البضائع في كل زاوية منها ، وفيها المحلات الكبرى مثل ليبو كارواتشي والمركز التجاري منفا دوا ومحلات بوري انداه وميبو والبوتيكات الصغيرة الأخرى .

وأما المركز التجاري المعروف في مدينة بندونج فيكون في المنطقتين إحداهما في شارع شيها مبلاس والأخرى في شارع شيباديوت المعروف بشارع الجينز ، ففي شيها مبلاس سلسلة من محلات الجينز وملابس الرحلات الجميلة ، وأما شيباديوت فتجد فيها المنتجات الجلدية المختلفة مثل الأحذية والحقائب وغيرها بأسعار رخيصة في متناول كل الطبقات الاجتماعية .

وبالمقارنة مع جاكرتا فإن سورابايا تعرض البضائع المستوردة والمحلية الجيدة بتخفيض الأسعار حتى ٥٠% في المركز التجاري تونجوغان بلازا سورابايا.

### الاستجمام والترفيه في إندونيسيا

مثل حديقة دسني لاند ، فإن معظم حدائق الاستجمام والترفيه في جاكرتا مثل دنيا فانتاسي (العالم الخيالي) وحديقة ملاعب الأطفال في مركز بودي انداه التجاري وإيبو فايروركرز ، فإنها مبنية على أسس التكنولوجيا المتطورة والنظرة البعيدة نحو المستقبل ، فهنا أصبحت الخيالات والأحلام حقيقة وأصبحت عالما مليئا بالمعجائب ، ففي جميع أنحاء زواياها يمكن أن تظهر فيها الأشياء المعبية فجأة ، ويمكن للزائر أن يصب جميع مشاعره والاستمتاع بالوقت والمرور والترفيه عن

النفس البشرية وللتجول في العالم المعاصر والماضي والمستقبل .

وتجد في حوض أنتشول للسباحة وهي أجمل الحدائق المائية في جاكرتا وإن تجد مثيلا في أي مكان آخر دلخل "أجاملان" أو خارجها ، وفيها محروضات للعجائب من الحيوانات البحرية في متحف للبحوث البحرية حيث الأنواع المختلفة من الأسماك في متحف الكائنات البحرية وهناك مزرعة لاتماء الرخويات وسمك القرش والأنواع الأخرى مع إمكانية للتمتع بالخصوص في المياه لروية عجائب المخلوقات وغريبها .

### الفنادق والمطاعم في إندونيسيا

فإن إندونيسيا لا ينقصها شيء من الفنادق على المستوى العالمي ، فهناك أنواع متعددة من الفنادق بداية من الفنادق الممتازة من درجة خمس نجوم حتى الفنادق البسيطة الرخيصة (نجمتان) وذلك طبقا لطبيعة مواقعها وإمكانية ميزانية الزائر ، فمن يريد الفنادق الممتازة بالولائم الكاملة فهناك إيبو سوديرمان جراند سويتز فهو أحد الفنادق المرغوبة للساحين من أنحاء العالم لأنه مزود بالمطعم الجميل والفريد من نوعه ، وفي وسط المركز التجاري الدولي في جاكرتا يمكن للزائر أن يتمتع بالهدوء والجمال حيث يجد فيه الراحة والاستجمام .

للفنادق في جاكرتا بعيدة عن ضوضاء المدينة وعلى العكس من ذلك فإن الفنادق إيبو كاراواتشي ، وفندق بوتري دويونج ، وجراند حيات وهابتون جاكرتا تزيد من جمال مدينة جاكرتا بالمساحات الجميلة .

والأطعمة الإندونيسية متنوعة تنوعا كثيرا كتتوع قباثلها المنتشرة في ١٧٠٠٠ جزيرة ، فلا غرو إذا كانت لكل جزيرة منها أطعمة خاصة بها وبذلك أصبحت الأطعمة الإندونيسية أكثر تنوعا وذوقا في العالم ، وكل طعام يأتي بلذة ، والأنواع عديدة ، للحر والخطو والحض ، وطريقة الطهي مختلفة أيضا ، فمن الأطعمة ما هو المقلي والمشوي والمحمّر والمقلي وغيرها ، وكل هذه الطرق مستعملة في تلك الجزر ، والأطعمة كلها موجودة في أجاملان .

وجميع المطاعم في أنجلان تنتنوع بتنوع ما تقدمه المجتمعات الإندونيسية نفسها ، وهناك مطعم هونج بن لو وهو المطعم الخاص بالأطعمة الصينية الحلال حسب قواعد الشريعة للمسلمين ... وهذا دليل على الاهتمام بتنوع قائمة الطعام في المطاعم الإندونيسية.

## بعض المدن في إندونيسيا

### جاكرتا

مدخل إندونيسيا الرئيسي ، ومنذ ٢٠٠ سنة كانت هذه المدينة الحيوية ميناء متواضعا ، وتسببت تجارة البهارات والمصنوعات اليدوية الرائعة في شهرة أنجلان وافتتاحها على العالم ، واصبحت جاكرتا الآن مدينة متقدمة حيث يقطن بها ٢٠ مليون نسمة وبها مئات الآلاف من المتاجر والبنكاكين والعديد من المطاعم والمعرض والمراكز التجارية ، ويتعلق الشئان الروحي والمادي في هذه المدينة بالنشطة الرائقة بمساجدها العتيقة وجمالها اللافتن ، ومعالمها المسيحية والتاريخية الكثيرة ، لحرص على زيارة (سوق الطيور) و(بساتين الاورتشارد) ومننزه (نماذج إندونيسيا) تستغرق الرحلة إلى جاكرتا من باندونج ثلاث ساعات تقريبا بالقطار وهي رحلة جميلة ممتعة تشق المنطقة الجبلية .

وجاكرتا العاصمة الإندونيسية من المدن العالمية ، يختلط فيها الجديد بالقديم ، العصري بالتقليدي ، فهناك المتاحف والمباني التي تمثل كل الطرز المعمارية ، وهناك الأسواق التقليدية والمحلات التي تبيع التحف والمحلات التجارية الحديثة والمطاعم وقاعات الرقص ، والزيارة إلى أي حديقة من حدائق إندونيسيا الجميلة المنصورة تزود الزائر بالمعلومات الهامة الجذابة عن تعدد المجتمعات الإندونيسية وحضارتها وتقاليدها وعاداتها التي تشكل أنجلان الحديثة .

وعندما يقوم الزائر بالتجول في منطقة ميناء سوندا كلابا الذي كان مشهورا في عهد تجارة التوابل فإنه يذكر للرئي بالمصور الماضي وهذا الميناء واقع في الشاطئ الشمالي لمدينة جاكرتا حيث يلتقي نهر شيلبونج بالبحر ، وهذا المكان مناسب جدا لاطلاق الخيال والأحلام عندما يشاهد الزائر المناظر

الجميلة من إحدى السفن الشراعية التابعة لاسطول السفن الشراعية السياحية .

### بونشاك / الجبل

وهي جزء من المنطقة البركانية الواقعة في جنوب مدينة بوغور ، وهي مدينة ذات جو منعش ومناظر من الغابة الاستوائية ومزارع الشاي ، ويستطيع الزائر أن يتجول في حديقة الحيوانات ، وفي الرحلة إلى بونشاك / الجبل الواقع في جنوب جلكرتا في مساحة ٦٠ كم يمكن المرور بمدينة بوغور وهي مدينة قديمة منذ القرن الثامن عشر حيث كانت منطقة زراعية ، وإذا واصل الزائر رحلته نحو الجنوب من بونشاك فله سيصل إلى منطقة شيبوداس وجزء من حديقة بوغور الكبرى ورشياناس ، وهناك عين المياه الساخنة ، وقصر شيباناس ، وحديقة الزهور العالمية الأولى في أجملان .

### بانجونج

يلاحظ الزائر لهذه المدينة الشوارع الواسعة والأشجار الوارقة والمباني القديمة وعدد من الحدائق المتنوعة مما يجعل مدينة بانجونج - معروفة بمدينة الزهور - مكانا مناسباً للزائر للتجول فيها ماشيا على الأقدام ، وهذه المدينة مشهورة بالتسوق وخاصة لكان جلكرتا ، حيث يزورون غرب بانجونج العاصمة للتسوق فيها ، وفي الجزء الشمالي من المدينة معهد ويلدون العالي للتكنولوجيا وهو أقدم المراكز التكنولوجية وأعظمها وأكثرها رقياً في أجملان ، ولأجل التمتع بالمناظر الجميلة على الزائر أن يذهب إلى نكان شاي / مقهى داجو ، حيث يتنقذ الأطعمة الإندونيسية اللذيذة وأطعمة جاوا الغربية بوجه خاص والجلوس في الأكشاك التقليدية (القهوي) ، وفي استطاعة الزائر مشاهدة المناظر الجميلة عند غروب الشمس من أي مكان يجلس فيه .

### سورابايا

وهذه المدينة عاصمة محافظة جاوا الشرقية ، وهي مكان ممتع للتجول ويمكن للزائر أن يتمشى في طرقها الضيقة وسط المساكن الصينية والمريية ،

وسور ابايا من المدن الكبيرة بعد جاكركتا ، وتحافظ على شخصيتها الجاوية التقليدية ، وينصح العارفون بهذه المدينة الزائر بتجول في كاليماس الميناء القديم لمدينة سور ابايا ، لمشاهدة للقوارب الفينيسية المختلفة الألوان التي تتجول في سواحل الجزر الإندونيسية من عدة قرون ماضية ، والأماكن الجذابة الأخرى في سور ابايا الجديرة بالمشاهدة هي حديقة حيواناتها الكاملة ، ومتحف امبو تانتولار ، وعدد من المحلات التجارية ، حيث يستطيع الزائر السائح أن يجد فيها الأرياء الجميلة والمنسوجات المزخرفة بالرسومات والخزفيات البديعة الصنع بالوانها الرائعة.

## جزر بالي

تعني كل شيء جميل وغريب لان بالي تمثل جزيرة جميلة بشواطئها المحيطة بأشجار الترجيل والوديان المحاطة بالأحجار المرجانية والجبال البركانية ، ومكان جزيرة بالي مؤيدون يستقبلون الزوار بكرم وبشاشة الضيافة ولهم التقاليد الكثيرة المرتبطة بممارسة الفنون مثل الموسيقى والرقص والرسم والنحت ، وفن البناء والتمثيليات والأشعار الرائعة . وبالرغم من أن جزيرة بالي معروفة لدى الطبقات العليا والشخصيات المشهورة فما زالت لها مفاجئات كثيرة ، فلا يزال الزائر يستطيع أن يقضي إجازته وراحته التمتع بالمنظر الجميلة في شاطئ سانور أو بالتجول في هضبة مائي والمرور بقرية أويودوملس (ويمتدح أن يشتري منتجات الصناعة اليدوية والتقليدية في بال) وهي كثيرة ومتنوعة ولها طابع فني متميز .

ولما الراغبون في ممارسة الرياضة البدنية فهناك ملاعب للجولف ، ولتنس وللتزحلق المائي ، بينما الغواصون سيجدون الفرصة في المياه الصافية في منطقة تولامبين ، والزائر المخطوط من تاح له فرصة لمشاهدة الرقصات الفلكلورية التي تعرضها الفتيات الجميلات لطرد الأرواح الخبيثة ، وما ذلك إلا بعض الجوانب الممتعة التي يحصل عليها السائح في جزيرة بالي .

## بنوسا تنغارا

إلى جهة الشرق من جزيرة بالي تقع سلسلة من الجزر المسماة بنوسا تنغارا وهي جزر لومبوك وسومباوا وسوميا ثم جزيرة فلوريس وتيمور ، ويوجد الزائر في لومبوك للجمال الجغرافي الأصول الجذاب الأكثر إثارة للإعجاب حيث يمكن مشاهدة المناظر الجميلة عند طلوع الشمس في حديقة بودي كايورا وعندما تفتح زهور ترتي بالإضافة إلى مشاهدة شلالات سندنقلي .

## سومطرا

وهي خامسة أكبر الجزر في العالم من حيث الحجم ، وتعيش فيها الممالك النباتية والحيوانية المتنوعة المختلفة ، فالمدن العامرة في هذه الجزيرة متصلة بالغابات الكثيفة والتقدم التكنولوجي متضامن مع الحياة البدائية .

في سومطرا يمكن متابعة خطوات المكتشف ماركوپولو الذي كان يمر بمنطقة أشبه الملقبة بـ سرامبي مكة (ساحة مكة) الواقعة في طرف شمال غرب الجزيرة في الطريق من الصين إلى إيران ، وهذا اللقب يعكس مدى امتداد الحضارة الإسلامية والدين الإسلامي الذي دخل إليها في القرن الثالث عشر الميلادي ويمكن للزائر أن يغامر بالقرب عبر نهر آلاس في هضبة كازو المحيطة بالغابات الكثيفة وإن يتجول في الحديقة الوطنية في جبل لوسير ليشاهد عن قرب كيف تعيش الحيوانات الأليفة والوحشية هناك .

## كاليمانتان

إحدى الجزر الإندونيسية وأكثرها غموضا في العالم ، سميت هذه الجزيرة من قبل بـ برونو ، تجد في هذه الجزيرة المكان الوحيد في العالم الذي يعيش فيه سمك الدرفيل في المياه العذبة في نهر ماغلكام ، كما تجد فيها أنواعا مختلفة من القروء الكبيرة والصغيرة بما فيه النوع النادر المسمى بـ البرويوسكيس ، توجد هناك التحف القديمة ل قبيلة دلياك مثل الحصير المنسوج يدويا بدقة بالغة ، وتجدها في الأسواق ، والأشغال اليدوية الأخرى الجميلة لنفس القبيلة ، والأشياء الأخرى

الجبالة من هذه الجزيرة هي معدن اللامس في شمبكا والسوق العالم في بنجرماسين والحيوانات والنباتات في حديقة كوتاي الوطنية .

### سولاويسي

هي جزيرة الحكايات وقد خلق الله عز وجل جزيرة سولاويسي في شكل زهرة (الانجريك) الاستوائية ، كل ورقة منها تمثل جزئ من الجزيرة الجبلية المحيطة بالأحجار المرجانية ، ويتكون سكان الجزيرة من المجتمعات والحضارات المختلفة بداية من قبيلة تولجا التي تعيش في المنطقة الجبلية في وسط الجزيرة حتى سكان ماندو مينا هاسا في المنطقة الشمالية ، ثم مجتمعات البوقيس / البوغيس والمكاسار في سولاويسي الجنوبية التي تمثل جزءا من الأسطورة .

### مالوكو

تقع جزيرة مالوكو في وسط الدائرة البركانية ، وتمثل منطقة سياحية جذابة لمن يبحث عن الأشياء الفريدة ، والجزر الرئيسية هي امبون وجزر ترناتي وجزر بندا .

ولا ينس الزائر زيارة حديقة بندا البحرية في برنلمج رحلته وإذا رغب في الحصول على الهدايا التذكارية الخزفية دقيقة الصنع ولوانها الطبيعية الجميلة فعليه زيارة جزيرة تيلندا القريبة من إيربان جايا وكلها مصنوعة يدويا في أشكال رائعة .

كما لا ينس الضيف زيارة المعالم الحية البدائية في إيربان جايا وعلمستها والتي تقع في أقصى الشرق ، ولما جزيرة منتاني فلها مناظر خرافية ، وفي مدينة بيبك يستطيع الزائر مشاهدة الشبان يفوضون في البحر بحثا على اللؤلؤ ، وتقع مدينة وامينا في وادي باليم وهي مكان مناسب لمن يحب المغامرة ، ويسكن الوادي قبيلة داني المعروفة بلباسها شبه العاري كوتيك ، ولما الهدية التذكارية الجديرة بشرائها فهي الأشغال النحتية التي تصنعها قبيلة (اسميت) التي تعيش في المنطقة الشاطئية المنزلة في جنوب شرق الجزيرة .

هكذا تعتبر وظيفة التسويق من أهم الوظائف في المشروعات السياحية ،  
فقدرة أي مشروع سياحي على تقديم الخدمات تكون محدودة ما لم يصاحبها جهد  
تسويقي ناجح يساعد على تحقيق أكبر قدر من المبيعات لهذه الخدمات وبالتالي  
زيادة الربحية والدخل .

ولقد زاد في الآونة الأخيرة الاهتمام بدراسة وتطبيق المبادئ والمفاهيم  
التسويقية في معظم المشروعات نتيجة للعديد من العوامل منها زيادة حجم المنتج  
السياحي وزيادة المنافسة بين الشركات السياحية واتساع الأسواق وبعد المسافة بين  
المنتج والمستهلك وغير ذلك من العوامل التي حولت الأنظار للنشاط التسويقي من  
كونه الأداة لإتاحة المنتج في الأسواق المختلفة وحث السائح على الشراء لإشباع  
احتياجاته عن طريق دراسة سلوكه ودوافعه للشراء .

وينعكس الاهتمام المتزايد بالنشاط التسويقي في العديد من المجالات  
والتي يمكن رد بعضها كما يلي :

١. اتساع نطاق تطبيق المفاهيم والأسس التسويقية ليشمل المنظمات السياحية.
٢. بدأت الشركات والمنظمات السياحية تبحث مدى إمكانية تطبيق هذا النشاط  
في مجال عملها حتى تحقق أهدافها سواء تلك المتعلقة بتحقيق أهدافها  
اقتصادية واجتماعية ، وأصبح النشاط التسويقي يطبق بنجاح في مجال  
الخدمات السياحية.
٣. بدأ تطبيق النشاط التسويقي في كل الشركات السياحية الكبرى ، فالتسويق  
نشاط ضروري للدول التي تنهج إلى النظام الرأسمالي وحرية تداول  
والتي تسعى من خلال النشاط التسويقي إلى التطلع لمرحلة الرخاء والتقدم  
من خلال توفير منتج سياحي متنوع يشبع احتياجات السياح ، بالإضافة  
إلى محاولة استخدام مبادئ التسويق الدولي في تنمية الصادرات  
والحصول على الصلات الأجنبية التي تساعد في تحقيق توازن ميزان  
المدفوعات .



٤. بشديد النشاط التسويقي على المستوى الأكاديمي بالمعاهد والكليات الجامعية اهتماما متزايدا بتدريس المقررات الخاصة بالتسويق السياحي سواء المحلي أو الدولي وأصبح ترسيخ المبادئ العلمية لهذا النشاط من المتطلبات الضرورية .

٥. مصر في حاجة إلى منظمة للتسويق تعمل وفقا للاتجاه التسويقي لا طبقا للاتجاه الإنتاجي وإن أصبح الاتجاه التسويقي فلسفة شاملة للإدارة تكون وظيفته للنقاط التالي :

< تشخيص واختيار الأسواق السياحية ذات الأولوية وإقامة نظام اتصال وثيق مع هذه الأسواق .

< تحسين جودة المنتج السياحي لكي يلتم الطلب الذي تصل إليه البحوث والتنبؤ العلمي .

< تقييم وقياس النتائج المتحققة لملائمة مكونات العرض السياحي بالطلب المتوقع .

< أن تصبح منظمة التسويق خلية حية تتكامل فيها مكوناتها وتتدخل عناصرها لتحقيق الأهداف .

< أن تكون أهداف منظمة التسويق محددة تحديدا واضحا كما وكيفا .

وهذه العناصر تتطلب تدريب العاملين على التفكير العلمي الجديد والطرق والممارسات التي يقتضيها التنظيم الجديد .

والحقيقة أن السياحة العالمية بلغت درجات من التقدم مما يوحى بأفاق أوسع وأرحب وليس من الصعب التمكن أو التنبؤ العلمي أن السياحي ينتظرها مستقبل مشرق لأسباب كثيرة منها انتشار التعليم وارتفاع المستوى الثقافي ، والتطور التكنولوجي الهائل في مجال المعلومات والاتصال والنقل وزيادة قدرة شركات السياحة في تنظيم الرحلات والزيادة الزهية في ملكية وسائل المواصلات لاسيما السيارات وارتفاع مستوى الوعي والثقافة السياحية وزيادة لوقت الفراغ .. بهذا كله يمكن التنبؤ علميا ومنطقيا بأن صناعة السياحة ستظل قاطرة التنمية بالنسبة لمصر كما هي بالنسبة للعديد من الدول الكبرى .



## المراجع



## المراجع

١. أحمد منحت حسن : التشريعات السياحية وعقد الإقامة بالفندق ، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب .
٢. أحمد مصطفى : سياحة محلية ودولية ، دار السلام للطباعة .
٣. أحمد مصطفى خاطر : التنمية الاجتماعية - الأطر النظرية ونموذج المشاركة ، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية .
٤. اشرف سمير الميداني : السيلحة الرياضية في مصر ، دار الوفاء لنديا للطباعة والنشر .
٥. اشرف سمير الميداني : تقويم إمكانات السيلحة الرياضية في مصر ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية الرياضية جامعة الإسكندرية ١٩٩٨ .
٦. اشرف سمير الميداني : رسالة دكتوراه غير منشورة عن تخطيط منهج لإعداد متخصص في السيلحة الرياضية ، كلية التربية الرياضية ٢٠٠٤ .
٧. الإمام الشافعي : ديوان الإمام الشافعي مع مختارات من روائع حكمه ، تحقيق وتعليق صالح الشاعر ، مكتبة الآداب ، القاهرة ٢٠٠٦ .
٨. السيد الحسيني : التنمية والتخلف - دراسة تاريخية بنائية ، دار المعارف .
٩. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية - جزء ١ - دراسة في الاجتماع السياسي - الأبعاد المعرفية والمنهجية ، دار المعرفة الجامعية .
١٠. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية - دراسة في الاجتماع السياسي - الجزء الثالث ، دار المعرفة الجامعية .
١١. السيد عبد الحليم الزيات : التنمية السياسية جزء ٢ - دراسة في الاجتماع السياسي البنية والأهداف ، دار المعرفة الجامعية .
١٢. إيهاب جزايرين : السيلحة علم وفن ، دار السلام للطباعة - الإسكندرية .

١٣. توفيق الطويل : أسس النظمفة ، دار النهضة العربية .
١٤. جميل أحمد توفيق : إدارة الأعمال ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر .
١٥. حازم أبو شليوب - عبد الفتاح غنيمة : دراسات في التسويق السياحي جزء ١ ، مطابع جامعة المنوفية .
١٦. حازم أبو شليوب - عبد الفتاح غنيمة - هالة حسن : إدارة المؤتمرات والحفلات والمهرجانات ، مطابع جامعة المنوفية .
١٧. حسن الشيخ - محمد عبد الفتاح : الإرشاد السياحي بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية .
١٨. حسن رجب : النهضة السياحية ومستقبلها ، الدار للقومية للطباعة والنشر .
١٩. حسين رمزي كاظم : الإدارة والمجتمع المصري ، مطابع الهيئة المصرية العامة للكتاب .
٢٠. خميس الزوكة : صناعة السياحة من المنظور الجغرافي ، دار المعرفة الجامعية .
٢١. دلال عبد الهادي : اقتصاديات النقل السياحي ، الفتح للطباعة والنشر .
٢٢. دلال عبد الهادي : اقتصاديات صناعة السياحة ، الفتح للطباعة والنشر .
٢٣. دلال عبد الهادي : السياحة والبيئة ، الفتح للطباعة والنشر .
٢٤. دلال عبد الهادي : دراسات في أساسيات السياحة ، الفتح للطباعة والنشر .
٢٥. روجير فالك - ترجمة السيد وفائي : مهنة الإدارة هل هي فن أو مهنة ، دار للكتاب العربي للطباعة والنشر .
٢٦. سامي جمال الدين : أحكام التشريعات السياحية والفندقية ، منشأة المعارف بالإسكندرية .
٢٧. سعد عمران : نظرية السياحة والأنماط السياحية الدولية ، كلية السياحة -

٢٨. سيد موسى : كتابات سياحية جزء ١ ، دار الهاني للطباعة والنشر .
٢٩. سيد موسى : كتابات سياحية جزء ٢ ، دار الهاني للطباعة والنشر .
٣٠. شيرين عادل حسن : تحليل اثر السياحة على التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، قسم الاقتصاد ، جامعة الإسكندرية .
٣١. صلاح الدين عبد الوهاب : السياحة القومية للتسويق السياحي ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .
٣٢. صلاح الدين عبد الوهاب : تخطيط المولود السياحية ، مطابع دار الشعب - القاهرة .
٣٣. صلاح الدين عبد الوهاب : نظرية السياحة الدولية ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .
٣٤. عاصم عبد الجبار سعد : التشريعات الفندقية والسياحية والمنظمات السياحية الدولية ، دار السلام للطباعة .
٣٥. عبد الحليم نور الدين : آثار وحضارة مصر القديمة ، الخليج العربي للطباعة والنشر .
٣٦. عبد الحليم نور الدين : مواقع الآثار اليونانية الرومانية في مصر ، الخليج العربي للطباعة والنشر .
٣٧. عبد الحليم نور الدين : مواقع ومتاحف الآثار المصرية ، الخليج العربي للطباعة والنشر .
٣٨. عبد الرحمن بن خلدون: المقدمة تحقيق حامد أحمد الطاهر ، دار الفجر للتراث .

٣٩. عبد الرحمن سليم : للتنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال العمل السياحي ، وزارة السياحة .
٤٠. عبد السلام أبو قطف : أساسيات الإدارة ، الناشر قسم إدارة الأعمال - كلية للتجارة - جامعة الإسكندرية .
٤١. عبد الفتاح غنيمه - حازم أبو شليب - هالة حسن : للوجيز في علم السياحة والضياقة ، مطابع جامعة المنوفية .
٤٢. عبد الفتاح غنيمه - حازم أبو شليب : إدارة الشركات والمكاتب السياحية ، مطابع جامعة المنوفية .
٤٣. عبد الفتاح غنيمه - حازم أبو شليب : تنمية المبيعات السياحية ، مطابع جامعة المنوفية .
٤٤. عبد الفتاح غنيمه - حسين الشيخ - حازم أبو شليب : الإسكندرية روعة وعطاء ، محافظة الإسكندرية - الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة .
٤٥. عبد الفتاح غنيمه : الآثار البيئية للتنفق السياحي في مصر ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .
٤٦. عبد الفتاح غنيمه : السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .
٤٧. عبد الفتاح غنيمه : السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .
٤٨. عبد الفتاح غنيمه : المتاحف والمعارض والقصور ، مطابع جامعة المنوفية .
٤٩. عبد الفتاح غنيمه : أهمية تذوق الفن والجمال لتنمية المجتمع الإنساني ، مطابع الولاء الحديثة - شبين الكوم .
٥٠. عبد الفتاح غنيمه : دراسات حول تلوث البيئة في الوطن العربي ، مطابع جامعة المنوفية .



٥١. عبد الفتاح غنيمه : موضوعات وقضايا للتخطيط السياحي لأقاليم مصر المعاصرة ، دار الفنون العلمية بالإسكندرية .
٥٢. عبد الفتاح غنيمه : نشأة وتطور الإعلام السياحي ، مطابع جامعة المنوفية .
٥٣. عيبر أحمد عطية : للجغرافيا السياحية ، مكتبة فاروس .
٥٤. عزت زكي حامد قلدوس : آثار الإسكندرية القديمة ، الحضري للطباعة .
٥٥. عصمت علي : علم الاجتماع الأمني - الأمن والمجتمع ، دار المعرفة الجامعية بالإسكندرية .
٥٦. غادة عبد الله فتح الله : النقل والسياحة ، كلية للسياحة والفنادق - جامعة قناة السويس.
٥٧. فؤاد عبد الرحيم - يسري عازر - عبد الفتاح غنيمه : أسس علم البيئة ، المعهد العالي للسياحة والفنادق - أبي قير - الإسكندرية .
٥٨. محمد خميس الزوكة : الجغرافيا الاقتصادية ، دار المعرفة الجامعية - إسكندرية .
٥٩. محمد دويدار : مبادئ الاقتصاد السياسي ، الفتح للطباعة والنشر .
٦٠. محمد صبحي عبد الحكيم - حمدي أحمد الديب : جغرافية السياحة : مكتبة الأنجلو المصرية .
٦١. محمد علي محمد - السيد محمد الحسيني - علياء شكري - محمد الجوهري : دراسات في التغير الاجتماعي ، دار الكتب الجامعية - إسكندرية .
٦٢. محمد علي محمد : الوعي الثقافي والتنمية من الداخل ، مطبعة جامعة الإسكندرية.
٦٣. محمد محمد خليل : شرح التشريعات السياحية والفندقية ، الهيئة المصرية العامة للكتاب .

٦٤. محمد مختار الجوهري : دور تكنولوجيا الغوص في تطوير وتنمية اكتشافات الآثار الغارقة في البيئة البحرية لمدينة الإسكندرية ، الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري ، رسالة ماجستير غير منشورة ٢٠٠٢ .

٦٥. محمد ياسر فتحي أبو الفتوح : مقومات تطوير التنمية السياحية وأثرها الاقتصادية مع دراسة تطبيقية على القرى السياحية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الحقوق ، جامعة المنوفية ، قسم الاقتصاد والمالية العامة ٢٠٠٤ .

٦٦. محمد يسري دعبس : التربية السياحية والتنمية الشاملة ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .

٦٧. محمد يسري عيسى : الاتصال والسلوك الإنساني ، البيطاش سنتر للنشر والتوزيع .

٦٨. محمود حلمي عوض : المواني المصرية ، وزارة النقل البحري .

٦٩. محمود كامل : السياحة الحديثة - علما وتطبيقا ، الهيئة المصرية العامة للكتاب .

٧٠. مخلص صلاح الفراج : السياحة في المملكة العربية السعودية في عصر العولمة ، مطابع للشروق - الرياض .

٧١. مصطفى زيتون : الإحصاء السياحي ، الدار القومية للطباعة والنشر .

٧٢. مصطفى زيتون : دراسات في الإحصاء السياحي ، الدار القومية للطباعة والنشر .

٧٣. منى عمر بركات : صناعة الضيافة بين الحاضر والماضي ، ملتقى الفكر - الإسكندرية .

٧٤. منير فتح الله : الدليل للعمل السياحي جزء ١ ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .

٧٥. منير فتح الله : الدليل للعمل السياحي جزء ٢ ، حقوق الطبع محفوظة للمؤلف .

٧٦. نبيل الروبي : اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية .
٧٧. هالة عبد الرحمن الرفاعي : التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة ، حقوق الطبع والنشر محفوظة للملتقى المصري للإبداع والتنمية .
٧٨. هدى سيد لطيف : الأجهزة والمنظمات السياحية ، هبة النيل العربية للنشر والتوزيع.

### المجلات ..

١. أبحاث مؤتمر الإسكندرية مدينة الحضارات - الأبعاد التاريخية والثقافية والأثرية والسياحية والبيئية ، الجزء الأول - الجزء الثاني ٢٠٠٣.
٢. أبحاث مجلة كلية السياحة والفنادق ، جامعة الإسكندرية ، المؤتمر الدولي الخامس عن دور الوعي السياحي في تحسين الصورة السياحية لمصر على خريطة السياحة الدولية - مجلة فصلية علمية محكمة ٢٠٠٦.
٣. السياحة من خلال الصحف والمجلات أعداد مختلفة ، الإدارة المركزية للعلاقات السياحية ، بوزارة السياحة .
٤. دوريات الأهرام - المصري اليوم - المستور ، أعداد مختلفة .



## محتويات الكتاب



## محتويات الكتاب

صفحة	الموضوع
٢	الإهداء .....
٧	شكر وتقدير .....
٩	تصدير .....
١٣	تقديم .....
١٥	المقدمة .....

### الفصل الأول

١٩	مراحل التطور التاريخي للسياسة
٢٥	المرحلة الأولى : السفر في الحضارات القديمة .....
٢٥	١. السفر في الحضارات المصرية والفينيقية واليونانية والرومانية .....
٣١	٢. السفر في الحضارة العربية الإسلامية .....
٣١	المرحلة الثانية : السفر في العصور الوسطى .....
٣٢	المرحلة الثالثة : عصر الآلة أو عصر سياسة الأخطاء .....
٣٥	المرحلة الرابعة : السياسة في العصر الحديث .....
٣٦	المرحلة الخامسة : السياسة في دول العالم في القرنين ١٩ ، ٢٠ والعصر الحديث ...
٣٨	السياحة في العصر المعاصر .....
٣٩	أنماط السياحة وأشكالها وخواصها وأغراضها .....
٤٠	الأنماط السياحية المختلفة عند المدرسة الأسبانية .....
٤٥	الأنماط السياحية وأشكالها عند المدرسة النمساوية .....
٤٧	أشكال السياحة طبقاً لأسبابها وأثارها الخارجية .....

### الفصل الثاني

٤٩	التشيط السياحي
٥١	أسباب بحث ودراسة التشيط السياحي .....
٥٥	مفهوم التشيط لغوياً .....
٦٠	الميلاد الرسمي للتشيط السياحي .....
٦٣	اختصاصات الهيئات الإقليمية لتشيط السياحة .....

٦٤	أوجه نشاط الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي
٦٥	مجلس إدارة الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي
٦٥	الموارد المالية
٧٠	الوظائف المختلفة للتنشيط السياحي
٧٤	فعلية تشريعات تنشيط السياحة
٨٢	تفعيل الدوافع الإيجابية لتنشيط السياحة
٨٦	أوجه التقصور في التنشيط السياحي الأسباب والطول
١١٣	رولاد وأعلام للتنشيط السياحي

### الفصل الثالث

#### علاقة التنشيط السياحي بالعلوم المختلفة

١٣٧	التنشيط السياحي وعلم التاريخ
١٣٩	طريق الخروج
١٤٢	طريق المائلة المقدسة
١٤٥	طريق قنوم أسرة الرسول (ص)
١٤٧	التنشيط السياحي وعلم الاجتماع
١٤٩	التنشيط السياحي وعلم الاقتصاد
١٥٧	تأثير السياحة على البناء الاقتصادي
١٥٩	تأثير السياحة وعلم الجغرافيا
١٦٠	التنشيط السياحي وعلم الإحصاء
١٦٢	التنشيط السياحي وعلم الآثار

### الفصل الرابع

#### منطلقات وركائز التنشيط السياحي

١٧٩	الركيزة الأولى : الطبيعة
١٨١	الركيزة الثانية : الوعي السياحي
١٩٧	مراحل التوعية السياحية
٢٠٠	أسباب انخفاض الوعي السياحي
٢٠٢	الركيزة الثالثة : الموروث الحضاري والتاريخي
٢٠٤	



صفحة	الموضوع
٢٠٦	الركيزة الرابعة : البيئة
٢١١	الركيزة الخامسة : النقل - الطرق - المرور
٢٢٥	الركيزة السادسة : الرياضة

### الفصل الخامس

٢٣١	
٢٣٣	الركيزة السابعة : المؤتمرات والمهرجانات
٢٣٣	لمحة تاريخية عن المؤتمرات
٢٣٥	أولا : علاقة صناعة الفنادق بأنشطة المهرجانات والمؤتمرات
٢٣٩	العوامل التي تساعد على الاهتمام بالمؤتمرات
٢٤١	تطور سياحة المؤتمرات في مصر
٢٤١	أهمية سياحة المؤتمرات في مصر
٢٤٢	ثانيا : المهرجانات
٢٤٨	مفهوم سياحة المهرجانات والأحداث الخاصة حاليا
٢٥٧	الركيزة الثامنة : الفنون
٢٦٣	الركيزة التاسعة : أماكن الإيواء
٢٦٧	الركيزة العاشرة : الإعلام والإعلان السياحي
٢٧٥	الركيزة الحادية عشر : اللغة والإرشاد السياحي
٢٧٩	الركيزة الثانية عشر : المتاحف والمحميات

### الفصل السادس

٢٨٣	مشاكل السياحة واقتراحات حلها
٢٨٥	مشاكل السياحة واقتراحات حلها من وجهة نظر الدارسين بالدراسات العليا
٣٠٣	موجز لمعوقات التنمية السياحية والتنشيط السياحي

### الفصل السابع

٣٠٧	الدول المتقدمة سياحيا وأسباب النشاط السياحي بها
٣٩٧	المراجع
٤٠٧	محتويات الكتاب

مطابع جامعة النوفية

رقم الايداع بمعار الكتب والوثائق العمومية ٢٠١٠/٧٥١٢  
الدولة 7-8668-17-977



